



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FCPyS
FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y SOCIALES

Licenciatura de Comunicación Social

Tesina de objeto de creación

¿Me oyen, me escuchan?

Un podcast para la reflexión acerca del uso de redes sociales en la actualidad

Analía Martín - Registro N° 14594

Priscila Jardel - Registro N° 13701

Director: Mg. Ariel Benasayag

Co-Directora: Lic. Cintia Mescia

Mendoza, 28 abril de 2023



Para escuchar el primer episodio de ¿Me oyen, me escuchan? Podcast escanee el siguiente código QR o siga [este enlace](#).



¹ El diseño de la portada del podcast, en principio, se realizó con Inteligencia Artificial usando la aplicación Imagine (<https://imagineme.ai>) y luego la diseñadora Julieta D'Amanzo adaptó el resultado en base a nuestras necesidades particulares.

Esta tesina está dedicada al profesor Sebastián Touza.

Índice

Agradecimientos	7
Introducción	9
Capítulo 1. El papel de las redes sociales en la Cultura de la Conectividad	11
1.1. Panorama sociocultural: Cultura de la Conectividad y redes sociales	13
1.1.1. La “huida de la conversación” en la “Cultura de la conectividad”	15
1.2. Las Redes Sociales y su funcionamiento	17
1.2.1. Los efectos de las plataformas en la socialidad	19
1.2.2. Aislamiento intelectual: filtro de burbuja y algoritmos	21
1.3. Vías de escape. Cómo iniciar las conversaciones difíciles	25
Capítulo 2. El podcast. Nace un nuevo medio	28
2.1. Antecedentes del podcast	30
2.1.1. Radio analógica y radio digital	30

2.1.2. El Blog	33
2.1.3. Contexto sociotecnológico en el que tuvo lugar el podcast	35
2.2. El podcast Argentó	37
2.3. Definición del podcast	39
2.4. Remediación	40
2.5. Discontinuidad del medio radiofónico	41
2.6. ¿Cómo nace un nuevo medio?	43
2.7. Tipologías	46
Capítulo 3. ¿Me oyen, me escuchan?	51
3.1. Análisis de casos	52
3.1.1. Conversacional: Concha podcast	52
3.1.2. Entrevista: La mente y la duda	53
3.1.3. Documental: Las raras podcast	54
3.1.4. Ficción: Tripulación Atucha	55
3.1.5. Formato a medida: El podcast de Chequeado	57
3.2. ¿Me oyen, me escuchan? Podcast	58

3.3. Bitácora	63
4. Conclusión	67
5. Referencias bibliográficas	71
6. Anexos	73
6.1. Guión literario	73
6.2. Guión técnico	89

Agradecimientos

A la Universidad pública, gratuita y laica, a la que le debemos gran parte de nuestro pensamiento crítico. Y a aquellos docentes que nos inspiraron, acompañaron y alentaron durante todos estos años de estudio.

A nuestro director Ariel Benasayag, por desafiarnos y acompañarnos con sabiduría y generosidad.

A Gonzalo del Peral, por acompañarnos como amigo y profesional en la edición y montaje de este trabajo. Y a Julieta D'Amanzo quien adaptó el diseño de la portada.

Gracias a mi familia, por ser la red fundamental sin la cual yo no hubiese podido terminar mis estudios.

Agradezco también a mis amigos, por acompañarme y sostenerme emocionalmente, no una sino varias veces.

Gracias a la Pri, por su enorme paciencia, su optimismo aún en los momentos más oscuros, por sostener con amor este proceso e invitarme a disfrutar y jugar desde la comunicación.

Y a mí, por darme los permisos y considerarme capaz y por el esfuerzo que significó llegar hasta acá.

Analía.

Gracias Dilva y Horaxio por siempre creer en mí, alentarme e insistir para lograr este objetivo.

A mis compañerxs de Facultad y amigxs, gracias por bancarme en los momentos difíciles y crear los felices e inolvidables.

Gracias a la radio y a mis proyectos profesionales que me permitieron hacer carrera por fuera de la academia

Anita corazón, esto no podría ser real sin vos.

Y gracias a mi, por nunca abandonar este camino a pesar de los momentos de mierda y las mil y una prioridades.

Pri.

Introducción

La presente tesina de objeto de creación versa sobre la implicancia de las redes sociales en las formas de vincularse en sociedad. Nuestro objetivo es realizar un podcast acerca del consumo de las redes sociales, el paso necesario para llegar al mismo es hacer una investigación que queda expuesta en nuestro objeto de creación. La elección del podcast es porque nos permite cierta flexibilidad, la cual necesitamos para poder desarrollar en profundidad los cuestionamientos, conceptos e ideas que giran en torno a las plataformas del mundo on line y sus efectos en nuestras costumbres, formas de pensar y comportamientos.

Nuestro podcast aborda los efectos de las redes sociales en la vida cotidiana, partiendo teóricamente de conceptos tales como *cultura de la conectividad*, *ecosistema de los medios conectivos*, *inconsciente tecnológico* (Van Dijck, 2013), *burbuja de la información* (Pariser, 2011) y *huida de la conversación* (Sherry Turkle, 2017). Estos conceptos son la piedra fundamental para no sólo desarrollar nuestra tesis sino también para poder tomar una posición respecto al consumo de las plataformas buscando, en lo posible, una forma de convivir con ellas que suponga un uso más consciente. Los mismos se encuentran desarrollados en el Capítulo 1

Elegimos este tema porque creemos fundamental promover la reflexión desde una mirada crítica, para lo cual nos apoyamos en autores y autoras que se dedican al estudio acerca del uso de las redes sociales. Porque entendemos como futuras comunicadoras que nuestro rol en la sociedad entraña un compromiso real con la actualidad y la influencia que poseen las tecnologías, sobre todo las que se vinculan con la comunicación y que hoy están en el centro de los debates.

En el Capítulo 2 realizamos un recorrido a los antecedentes que hicieron posible el nacimiento del podcast, los cuales incluyen la radio, el blog y el contexto sociotecnológico en el que tuvo lugar este nuevo medio. Nos parece fundamental introducirnos de lleno en el desarrollo del podcast en nuestro país, ya que consideramos que no se puede construir sin tener en cuenta la historia, puesto que el presente no se puede pensar sin el pasado.

Además, para estudiar, comprender y producir un podcast recurrimos a tipologías que nos sirven como guía para clasificar la producción de los mismos y para permitirnos la elección de criterios que utilizamos para darle forma a nuestro objeto de creación. Asimismo, encuentran en el presente trabajo un detalle de las etapas de creación de un podcast, el cual tiene la intención de convertirse en un proyecto laboral, más allá de la presentación de este trabajo de tesina.

Sobre la base de las tipologías desarrolladas, en el tercer capítulo realizamos un análisis de podcast ya publicados, que nos permite hacernos de más herramientas para encarar la producción del piloto. Seguido de esto, detallamos las etapas en la creación de un podcast. En primer lugar, nos dedicamos a la escritura del guión teniendo en cuenta todo lo investigado en el Capítulo 1. Luego, establecemos el formato, es decir, la definición de la forma que tiene el piloto, para luego grabar, editar y postproducir. Una vez finalizada esta etapa pasamos a la escritura de una detallada bitácora del proceso de creación. Para finalizar en los Anexos se encuentran los guiones literario y técnico y la imagen de portada que acompaña al podcast.

Este producto no pretende ser definitorio, sino más bien abierto a cuestionamientos, ya que lo planeamos como una herramienta de pensamiento y reflexión. Entendiendo que hacer un objeto de creación desde la academia facilita el acceso a teorías, pensamientos y posicionamientos respecto a los debates sociales. En este caso en particular, nos centramos en la compleja, y al mismo tiempo, apasionante dinámica de las redes sociales.

Capítulo 1

Las redes sociales en la cultura de la conectividad

Actualmente muchas de las actividades humanas se han trasladado hacia las plataformas digitales. Notamos cómo ciertas prácticas de socialización -por ejemplo, saludar a una persona por su cumpleaños, anunciar un embarazo, buscar alquiler o trabajo-, pasan por las redes sociales. Este traspaso no es sólo una cuestión de “formatos” diferentes para realizar las mismas actividades sociales, sino que van configurando transformaciones en cuanto a los modos de vinculación entre personas. Al ser seres sociales, es importante poner atención en las transformaciones en los modos de vinculación y cuestionar acerca de los efectos que estos cambios traen consigo.

Para ello, necesitamos contextualizar el momento actual, por esto elegimos algunas ideas que aparecen en el libro *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales* (2016) de la escritora holandesa José Van Dijck. La selección del mismo se debe a que es un material que nos ha acompañado en nuestra carrera universitaria. Además, analiza y resume con claridad, sustento y profundidad la complejidad de la cultura actual atravesada por los medios digitales. De éste, tomamos el concepto de cultura de la conectividad entendida como una nueva dimensión en donde “las plataformas se convirtieron en fuerzas fundamentales para la construcción de la socialidad” (p. 46), como consecuencia de la fusión entre las normas del mundo online y offline.

De aquí que, las redes sociales constituyen el espacio virtual en donde, en palabras de Van Dijck, se “potencian las redes humanas”, al mismo tiempo que se

configuran como “sistemas automatizados” que tiene en cuenta el comportamiento de los usuarios (deseos, gustos, opiniones) y “reducen a algoritmos las relaciones entre personas, cosas e ideas” (2016, p. 29). Resulta difícil poder ver esta dinámica dual debido a que las mismas plataformas digitales utilizan una retórica que exalta la “conexión humana” entre usuarios² y pasan por alto el hecho que recopilan en forma de datos cuantificables la información que generamos al usarlas, reforzando la “conectividad automática”.

A los fines de profundizar en las implicancias que tienen las redes sociales en el vínculo con uno mismo, las relaciones entre personas y con la sociedad, cabe cuestionarnos cómo afecta esta “ambigüedad deliberada” de las empresas propietarias de las redes sociales y plataformas a la vida cotidiana. Para esto, recurrimos a la psicóloga e investigadora estadounidense Sherry Turkle (2017), quien asevera que en el uso indiscriminado de las plataformas se configura una huida de la conversación. Es decir, de las “conversaciones espontáneas, en las que nos permitimos estar plenamente presentes y ser vulnerables” (2017, p. 16). Como consecuencia de esto, erosionamos la capacidad de sentir empatía, perdemos la posibilidad de aprender a escuchar y, por ende, no alcanzamos a ser comprendidos ni comprender a uno otro. Esto perjudica las bases que sostienen la “acción social” entendida como la facultad que tenemos las personas para impulsar un objetivo común y transformar la realidad (p. 17).

Por último, cabe destacar que, en el presente trabajo de tesis, la intención que acompaña a este análisis crítico es alejarse de visiones punitivas o prohibitivas acerca del uso de estas plataformas. Se trata de lograr un uso de las redes sociales sin ir en detrimento de la “conexión humana”.

² En la redacción de esta tesis utilizaremos el lenguaje inclusivo cuando nos refiramos directamente a personas; no lo implementaremos en caso de referir roles o funciones.

1.1. Panorama sociocultural: cultura de la conectividad y redes sociales

Para poder entender cómo es el funcionamiento de las redes sociales creemos conveniente traer a colación algunas características del contexto sociocultural actual, teniendo en cuenta que se encuentra atravesado por la tecnología digital y, más precisamente, por las redes sociales. En este sentido, nos parece muy claro el concepto de *ecosistemas de medios conectivos* que propone José Van Dijck. La autora plantea considerar a las distintas plataformas como microsistemas, entendiendo que la totalidad de estos constituyen el ecosistema de medios conectivos, el cual “nutre y a su vez se nutre de normas sociales y culturales que pasan por un proceso de evolución simultáneo dentro del mundo cotidiano” (2016, p. 43).

En este proceso de evolución del que habla Van Dijck dentro de nuestra cotidianidad, las normas, entendidas como reglas que se establecen con el propósito de regular comportamientos para mantener un orden determinado y aceptado dentro de una sociedad, sufren alteraciones con la llegada de las redes sociales y su masificación. En otras palabras se entiende a las redes sociales como el espacio virtual en donde más se manifiesta la imbricación que existe entre las tecnologías digitales y las personas. Al respecto, José Van Dijck define a las redes sociales como “sistemas” que dentro de la web “potencian las redes humanas”, al mismo tiempo que se configuran como “sistemas automatizados” que, teniendo en cuenta el comportamiento de los usuarios (deseos, gustos, opiniones), “reducen a algoritmos las relaciones entre personas, cosas e ideas” (2016, p. 29). De este modo, actividades como hacer un trabajo práctico, pagar impuestos o saludar a alguien para su cumpleaños se trasladaron a las plataformas. Aquí es donde las normas también comienzan a funcionar y a crearse en el “mundo online, al mismo tiempo que se fusionan con las del mundo offline, adquiriendo así una nueva dimensión” (p. 40). En esta nueva dimensión “las plataformas se convirtieron en fuerzas fundamentales para la construcción de la socialidad” (p. 46), esto es lo que Van Dijck denomina cultura de la conectividad.

Es posible vincular esta idea con la concepción que tiene Michael Foucault acerca del funcionamiento de los métodos contemporáneos de poder, los cuales funcionan “no ya por el derecho, sino por la técnica; no por la ley, sino por la normalización; no por el castigo, sino por el control” (cit. en Van Dijck, 2016, p. 40). Así podemos empezar a comprender que este panorama compuesto por usuarios, tecnología y redes sociales contiene una alta complejidad en su mecánica. Esta se hace palpable en la “interdependencia” y la “interoperabilidad” de las plataformas, características fundamentales, según Van Dijck, del ecosistema de los medios conectivos. Esto implica, incluso, que algunos botones con el término “compartir”, “seguir” u otros no son inocentes, sino que ingieren solapadamente en la utilización del lenguaje con el fin de sostener la estrategia que procura estimular el tráfico de usuarios e infiltrarse en sus rutinas. Un claro ejemplo lo trae la autora holandesa al hablar de la integración de la categoría de *trending topic* de Twitter en otras plataformas, así como en medios tradicionales, que ejerce una profunda influencia en las prácticas profesionales de los periodistas y en los hábitos de los usuarios.

Entonces, de lo anterior, según Van Dijck, se desprenden dos aspectos de la cultura de la conectividad. Por un lado, como ya vimos, que las consecuencias del uso de las plataformas exceden la arquitectura digital de las mismas y que el desplazamiento al espacio online de la socialidad alteran profundamente la naturaleza de las conexiones, creaciones e interacciones humanas. Este aspecto será enriquecido, más adelante, por conceptos desarrollados por la psicóloga e investigadora Sherry Turkle (2017). El segundo aspecto expresa que se trata de una cultura en que la organización del intercambio social está ligada a principios económicos neoliberales. La conectividad es el resultado de una presión constante, tanto por parte de los pares como de la tecnología, que se expande a través de la competencia y busca conquistar mayor poder mediante alianzas estratégicas.

La cultura de la conectividad muta como parte de una transformación histórica que la excede, que se caracteriza por la reconsideración de los límites entre los dominios público, privado y corporativo. “El pedido de los propietarios de

plataformas de mayor transparencia y apertura, un tráfico online de máximo intercambio libre de fricciones, está vinculado a la agenda política neoliberal que apunta a la reducción del sector público” (Van Dijck, 2016, p. 42). Tomar conciencia tanto de la manipulación de datos por parte de las plataformas, el contexto sociopolítico y cultural neoliberal y esta reconsideración de los límites entre público y privado, pone de manifiesto que ninguno de los agentes involucrados queda intacto ya que esto es sinónimo de entender que “cada ajuste realizado en una plataforma incide sobre el conjunto mayor del cambio normativo y regulatorio” (p. 74).

Es en esta instancia, con la intención de arrojar claridad sobre la compleja dinámica entre el pensamiento y las prácticas concretas y cotidianas, nos parece pertinente incluir el punto de vista de Sherry Turkle (2017). Dicha autora estudia la relación entre el psicoanálisis y la interacción humano-tecnológica.

1.1.1. La “huida de la conversación” en la “cultura de la conectividad”

El eje central del libro de Sherry Turkle, *En defensa de la conversación: el poder de la comunicación digital* (2017), la autora reflexiona sobre el concepto de la conversación en la era digital y aboga por una comunicación real cara a cara al sostener que es, este tipo de conversación, el acto más humanizador que podemos realizar.

La autora señala que, a corto plazo, la comunicación en Internet nos hace sentir que dominamos mejor nuestro tiempo. Los chats, los correos electrónicos y los posteos nos permiten presentarnos a los demás como el yo que queremos ser y tener más control sobre lo que hablamos. Podemos editar y retocar. De esta manera, la autora señala cómo las personas “vamos entrenándonos para publicar cosas que gusten”. En este sentido, recuperamos las palabras de Van Dijck (2016), cuando expresa que lo que vale para las personas también se aplica a las ideas o cosas de las que se puede “gustar”.

La gustabilidad no es una virtud atribuida de manera consciente a una cosa o idea por una persona, sino el resultado de un cálculo algorítmico derivado de la cantidad de clicks instantáneos en el botón 'me gusta'. Sin embargo, un botón como ese no supone ningún tipo de evaluación cualitativa: la cuantificación on line acumula celebración y aplauso de manera indiscriminada y, por ende, también desaprobación y rechazo. La elección del botón 'me gusta' delata una predilección ideológica: favorece evaluaciones instantáneas y viscerales, emocionales y positivas. De esta forma, la popularidad convertida en un concepto codiciado se vuelve no solo cuantificable, sino también manipulable. (p. 32)

Lo preocupante de la situación es que a medida que nos entrenamos en las comunicaciones digitales, dejamos de lado la práctica de la charla, sobre todo de las conversaciones espontáneas que son aquellas en las que se puede descubrir algo inesperado sobre una persona o sobre una idea. A lo cual Turkle agrega que también hay otras pérdidas, como la comunicación no verbal: en persona, vemos los mensajes que transmiten el rostro, la voz y el cuerpo. A esto Sherry Turkle lo denomina huida de la conversación. Para la investigadora no es sorprendente que “divididos entre el deseo de expresar nuestro auténtico yo y la presión para mostrar nuestra mejor versión online, el uso frecuente de las redes sociales conduzca a sentimientos de depresión y ansiedad social” (2017, p. 59).

Nadie ignora los evidentes beneficios de las nuevas tecnologías al facilitar la comunicación, el contacto con otras personas, el acceso a la información, el conocimiento y la investigación. Pero su uso, según Turkle, debe apuntar a la mejora integral de las personas, lo que supone el desarrollo de virtudes y valores, entre ellos, la empatía y el dominio sobre nosotros mismos para saber poner límites al deseo de vivir permanentemente conectados.

Hasta aquí intentamos establecer un diálogo entre el pensamiento de José Van Dijck y Sherry Turkle, donde se da cuenta del contexto sociocultural íntimamente vinculado con la tecnología y sus efectos en la sociedad. Vimos cómo muchas de las actividades humanas se trasladaron al mundo online, particularmente a las plataformas sociales, las cuales Van Dijck estableció como el ecosistema de medios conectivos. Hecho que dio origen a una nueva dimensión en donde las normas y reglas del mundo offline se modifican y, al mismo tiempo, influyen en las digitales y viceversa. Van Dijck señala, además, que esta dinámica se da dentro de un contexto neoliberal en donde los intereses de los propietarios³ de las plataformas pueden o no estar en consonancia con los intereses de los usuarios. Usuarios que, a los ojos de Turkle, son en su mayoría inconscientes de los efectos que el consumo de estas plataformas tiene tanto a nivel personal como social. Esto sienta las bases de lo que la escritora holandesa llama la cultura de la conectividad, donde, según nuestro criterio, tiene lugar lo que la psicóloga norteamericana domina como huida de la conversación. Ahora es necesario hacer precisiones acerca de las redes sociales y su funcionamiento.

1.2. Las redes sociales y su funcionamiento

Las redes sociales constituyen el espacio virtual que más da cuenta de la imbricación que existe entre las tecnologías digitales y las personas. Resulta entonces pertinente ahondar acerca de lo que entendemos como redes sociales y, como dijimos anteriormente, elegimos la misma línea argumentativa que Van Dijck (2016), quien las define como “sistemas” digitales que “potencian las redes humanas”, a la vez se establecen como “sistemas automatizados” que, según las conductas de los usuarios

³ Aquí no usamos el inclusivo, porque efectivamente los dueños de las plataformas y redes sociales más populares y poderosas son hombres. Para más información ingresar los siguientes links: <https://www.mundoobrero.es/2022/12/22/musk-zuckerberg-y-los-multimillonarios-duenos-de-redes-y-medios/> y <https://elcomercio.pe/mundo/actualidad/elon-musk-compro-twitter-quienes-son-los-duenos-de-las-redes-sociales-mas-importantes-facebook-instagram-telegram-wechat-tiktok-noticia/>

(deseos, gustos, opiniones), “reducen a algoritmos las relaciones entre personas, cosas e ideas” (p. 29).

Esta dualidad que señala Van Dijck se hace notoria en el uso del término “social” vinculado a las redes. Un uso que, entendemos, no es ingenuo, ya que desde la retórica de las plataformas se promocionan como “Haciendo social la red” (Facebook) (p. 30). Bajo este tipo de eslogan pareciera que el fin último es la “conexión humana” entre usuarios que comparten intereses, opiniones y gustos; no obstante, no podemos dejar de considerar que las redes sociales son “sistemas automatizados que inevitablemente te diseñan y manipulan las conexiones. De esta forma, lo 'social' parece abarcar tanto la conexión (humana) como la conectividad (automática)” (p. 29).

Con respecto a estos discursos solapados presentes en las redes sociales, Van Dijck expresa claramente cómo las empresas, en sus discursos, tienden a enfocarse en la conexión humana y le quita énfasis a la conectividad automática. Ya que las redes sociales se presentan como herramientas que facilitan diversas actividades sociales; “sin embargo 'hacer social la red' en realidad significa 'hacer técnica la sociedad’” (2016, p. 30). Esta frase deja entrever, en líneas generales, cómo la sociedad actual está tecnológicamente codificada y cómo la misma convierte las actividades de las personas en fenómenos formales, gestionables y manipulables. Esto permite a las plataformas acceder y tener un conocimiento íntimo y detallado de los deseos y gustos de los usuarios. De esta forma, las plataformas desarrollan herramientas pensadas para crear y conducir necesidades específicas.

En esta sociedad tecnológicamente atravesada, como expresamos anteriormente, la conectividad pasa a ser un valor cuantificable, lo que también se conoce como *principio de popularidad* (Van Dijck, 2016). Un claro ejemplo de este principio es que mientras más contactos establezca un usuario, más apreciado resultará, ya que más personas lo considerarán popular y desearán contactarse. Esta

presión de las plataformas por elegir a la usuaria o idea más popular es también, reforzada por la presión de sus semejantes en la vida offline.

El hecho de hacer técnica la socialidad, por ejemplo a través del principio de popularidad, es algunas de las formas que componen la dinámica de las plataformas. Sumado a un contexto social, donde es notoria la escalada de la violencia y los discursos radicalizados, colabora a erosionar la capacidad de sentir empatía, perdemos de esta manera la posibilidad de aprender a escuchar y, por ende, no alcanzamos la satisfacción de ser comprendidos. Esto perjudica las bases que sostienen la “acción social” entendida como la facultad que tenemos las personas para impulsar un objetivo común y transformar la realidad. Consideramos, junto a Sherry Turkle, que la conversación entre personas puede revertir este panorama.

1.2.1. Los efectos de las plataformas en la socialidad

Turkle (2017) resalta que la conversación presencial posee dos características que la vuelven única en su capacidad humanizadora. Por un lado, es la conversación cara a cara la vía para desarrollar empatía y aprender a escucharnos a nosotros mismos. Esto es así porque en este tipo de conversaciones somos capaces de entender con mayor profundidad lo que hablamos, experimentar emociones y, en simultáneo, percibir los estados emocionales de con quien (o quienes) estamos interactuando. Este proceso comunicativo dota de sentido a la conversación, la vuelve “completa”, es lo que hace que una charla cara a cara nos “nutra” mucho más allá de la información que se está intercambiando. Un ejemplo claro de esto se desprende de las investigaciones respecto a los cursos educativos online de la psicóloga estadounidense en donde descubre que las clases presenciales “ayudan a los estudiantes a construir discursos que les permitirán aprender y recordar las cosas de un modo que tengan significado para ellos. Sin estos discursos, puedes aprender información nueva pero no saber qué hacer con ella, cómo interpretarla” (2017, p. 21).

Por otro lado, las conversaciones presenciales requieren más tiempo, es decir, se desarrollan lentamente y, por ende, demanda que seamos pacientes. En este tipo de conversaciones debemos aprender a esperar ante el esfuerzo del interlocutor en su búsqueda mental por las palabras, el tono y los matices correctos; esfuerzo que a su vez nosotros mismos también realizamos. Mientras que, cuando nos comunicamos a través de nuestros dispositivos digitales, adquirimos hábitos distintos. De hecho, Turkle sostiene que “al aumentar el volumen y la velocidad de nuestras conexiones digitales, exigimos respuestas inmediatas; reducimos la profundidad de nuestras comunicaciones, las simplificamos, incluso cuando tratamos los temas más importantes” (2017, p. 50).

Es decir que la diferencia radical entre las conversaciones cara a cara y las conversaciones online es que, éstas últimas, no nos ofrecen una educación sentimental. Y el intercambio presencial con personas, sí. Así, los “corazones” que reciben en Instagram y los “me gusta” que le dan en Facebook no demuestran afecto. Más bien, forman parte de un sistema de puntuación que señala si lo que se manifiesta en las redes es interesante o no”. Lo cual tiene vínculo directo con el principio de popularidad del que habla Van Dijck.

De esta manera, con el aumento del consumo de las redes sociales y demás aplicaciones de medición, tal como lo expresa Sherry Turkle (p. 39), comenzamos a experimentar una tensión interna entre la imagen virtual que mostramos y nuestro yo genuino. Es así que el uso frecuente de las redes sociales conduzca a sentimientos de depresión y ansiedad social. La situación se torna un círculo vicioso porque justamente las aplicaciones están diseñadas para que los usuarios pasen el mayor tiempo posible usándolas. “Cuanto más ratos muertos pases transitando entre aplicaciones, menos tiempo tendrás para estar a solas”, expresa Turkle (2017, p. 93).

Por supuesto que, por más bien diseñadas que estén las aplicaciones, las personas seguimos teniendo capacidad de discernimiento. Sin embargo, esto parece no ser suficiente. En este sentido, Turkle resalta cómo pese a que la autoestima y la

identidad no se determinan íntegramente según la cantidad de “me gusta” que obtenemos en redes; “sí hace que preguntarse “¿cuál es mi puntuación?” [o ¿cuántos ‘me gusta’ generó lo que dije?] se convierta en algo natural” (2017, p. 110). Al respecto, el teórico de medios David Beer llama inconsciente tecnológico al “poderoso y casi invisible aparato de información que funciona sin el conocimiento de aquellos sobre los cuales produce efectos” (cit. en Van Dijck, 2016, p. 59).

Aquí es conveniente recuperar el segundo aspecto de la cultura de la conectividad, del cual hablamos anteriormente (*1.1. Las redes sociales y su funcionamiento*), ya que destacar nuevamente la “dimensión neoliberal” no es un detalle menor por el debilitamiento del sector público que esto supone, el cual, es directamente proporcional al aumento de las ventas de los dueños de las plataformas. Para comprender esta idea partimos de lo que expresa Van Dijck sobre la “comoditización de las relaciones”:

la producción entre pares genera un valioso subproducto que los usuarios a menudo no han tenido intención de brindar [es decir] información acerca de su comportamiento y sus preferencias. Bajo el disfraz de la conexión, producen un recurso precioso, la conectividad. [Esta, en el contexto de las redes sociales, adopta otra connotación que tiene que ver con] el proceso por el cual los usuarios acumulan capital *social*, pero en realidad el término, “conectividad”, cada vez más hace referencia a los propietarios de las plataformas que amasan el capital *económico*. (2016, p.36)

1.2.2. Aislamiento intelectual: filtro de burbuja y algoritmos

En este punto creemos conveniente introducir el concepto de *filtro burbuja*, o burbuja de la información, acuñado por Eli Pariser (2011). Esta idea hace referencia al aislamiento intelectual en el que las personas quedamos inmersas al

utilizar buscadores, plataformas y/o redes sociales, las cuales, mediante algoritmos, personalizan⁴ la información a la que accedemos. Esta selección que hacen los algoritmos está basada en la información que ha generado le usuarié en sus búsquedas, en los enlaces a los que ha ingresado, y en los datos que ha provisto tales como edad, estado civil, ocupación, lugar de residencia. Es información también, toda clase de interacción realizada en redes sociales, desde el *like* al momento en que nos detenemos en el *scroll* de la pantalla del *smartphone*. Y el aspecto más negativo de esta personalización es que terminamos siendo apartades de aquellos contenidos que van en otra dirección a nuestros puntos de vista. Lo preocupante de esto es que como usuaries no decidimos lo que está dentro de nuestra burbuja y, más importante aún, no vemos qué es lo que se invisibiliza. De esta forma, los filtros de la información nos dejan aislades intelectualmente en nuestro propio sesgo informativo (2011).

Lo dicho hasta aquí refuerza la idea de pensar que aquellas actividades que nos definen como seres sociales se convierten en “fenómenos formales, gestionables y manipulables”, es decir, como afirma Van Dijck, que “hacer social la red” en realidad significa “hacer técnica la sociedad” (2016, p. 30).

El hacer técnica la sociedad se ve reflejado concretamente en el funcionamiento de los algoritmos y sus consecuencias. Para comprender esto partimos del concepto de algoritmo, el cual proviene del campo de las matemáticas, la lógica y ciencias de la computación. Para lograr entender con exactitud esta noción, traemos a colación la definición que nos brindó telefónicamente Flavia Costa, investigadora, docente y editora argentina. Ella, en la entrevista que realizamos por *app* de pensajería, define a un algoritmo como:

Un conjunto de instrucciones (...) que son definidas, no ambiguas, ordenadas y finitas, es decir, que no son ilimitadas, sino que es un

⁴ Los metadatos generan un efecto de “personalización”, un perfil que luego es alimentado por el individuo o sujeto que se identifica parcialmente con él y a la vez, por el hecho de servirse de él, lo alimenta para que “evolucione” como si fuera una “persona” (Rodríguez, 2018, p. 23).

conjunto cerrado de reglas que permiten habitualmente solucionar un problema, realizar un cálculo o un cómputo, procesar un conjunto de datos o llevar a cabo algunas actividades concretas. Como por ejemplo una receta de cocina (...). Ahora, cuando hablamos de algoritmos en matemática, en informática, en ciencias de la computación y en lógica, en general tienen que ver con resolver un problema de tipo matemático (...). Luego, si pensamos en los algoritmos de los que se suele hablar últimamente, un algoritmo informático, uno diría que hay cuatro tipos de algoritmos con varios subtipos. El primero es un algoritmo de búsqueda, podemos buscar distintos datos dentro de un conjunto rápidamente. Otros son los algoritmos de ordenamiento, por ejemplo, de ordenamiento alfabético o de ordenamiento lexicográfico, un ejemplo podría ser utilizando las letras del alfabeto, de la A a la Z o al revés. [En tercer lugar] están los algoritmos de optimización, que se les suele llamar voraces o de programación dinámica, que tienden a optimizar ese mismo procedimiento de búsqueda, hacerlo más rápido, hacerlo más eficiente, mejorar la recursividad, es decir, la vuelta sobre sí mismo del programa de búsqueda para hallar una solución que se encontró hace un rato. (...) Y finalmente, hay un conjunto de algoritmos que son los probabilísticos [que se encargan de] evaluar, computar probabilidades dentro de un conjunto de apariciones. Costa, F. (2023). Entrevista por audio de WhatsApp para esta tesis.

Esta herramienta, en un comienzo, fue pensada para poner en funcionamiento todo tipo de software y para la personalización de la oferta de contenido en la web y de esta forma hacer más simple y efectiva la actividad humana en Internet. Pero con el devenir del tiempo es utilizada, en su gran mayoría, por las plataformas, para moldear el contenido que se le ofrece a los usuarios con la finalidad de -no solamente- compartir y hablar acerca de piezas musicales, de

videos, fotografías, ideas, textos; si no también inducir a la compra y venta. La autora holandesa profundiza un poco más al señalar que de esta forma:

...se estimula a los espectadores a calificar y cuantificar distintos tipos de contenido, pero también por medio de cookies⁵ se rastrea cuáles consumen, (...) formando así un caudal de datos infinito en el que convergen con los metadatos. Así se crea el gran flujo de tráfico que discurre por las autopistas de los medios conectivos, el cual constituye el torrente sanguíneo del ecosistema, determinando su vitalidad. (Van Dijck. 2016. p. 261)

A este mecanismo, el profesor, investigador y autor argentino Pablo Rodríguez (2018) lo llama *algoritmización* de la sociedad y explica que al asociar y entrecruzar los datos que brindan los usuarios a través de sus dispositivos, el algoritmo no funciona como duplicador o facilitador del paso de información, sino como un miembro más de la sociedad en su conjunto; esto es fundamental para comprender el rol de peso que ocupan en la actualidad los algoritmos. Dicho de otra manera, las personas hemos dejado gradualmente en mano de los algoritmos muchas de nuestras decisiones.

Lograr comprender que los términos que hemos desarrollado hasta aquí, como por ejemplo, redes sociales, burbujas de la información o algoritmos, son herramientas. Sus efectos dependen del uso consciente que realicemos de ellas, es de vital importancia preguntarnos qué tipo de usuarios somos y cómo queremos ser. A estos interrogantes Turkle propone el diseño de tecnologías que tengan en cuenta nuestras vulnerabilidades, sin necesidad de ir en detrimento de las conversaciones cara a cara y de todo lo que implica perderlas.

⁵ Cookie (galleta o galleta informática) es una pequeña información enviada por un sitio web y almacenada en el navegador del usuario, de manera que el sitio web puede consultar la actividad previa del navegador. Para más información ingresar al siguiente enlace: <https://www.clacso.org/que-son-las-cookies/>

1.3. Vías de escape: cómo iniciar las conversaciones difíciles

Compartimos el pensamiento de Sherry Turkle cuando sostiene que es éste el instante histórico el indicado para comenzar a preguntarnos cuáles son “las consecuencias no deseadas (e inesperadas) de las tecnologías a las que somos vulnerables” (2017, p. 407). Entendemos también que se trata de una conversación difícil ya que se entremezcla nuestra ignorancia respecto al funcionamiento técnico de los avances digitales, con la invisibilidad -en ocasiones intencional- acerca de los propósitos que persiguen los dueños de las plataformas en la utilización de los datos que ofrecemos a cambio de sus servicios. Pero, al mismo tiempo, son las conversaciones difíciles las que posibilitan un crecimiento como sociedad, siempre y cuando tengamos en mente que somos seres complejos y las respuestas absolutas o prohibitivas no suelen ser eficientes a la hora de pensar problemáticas como las que estamos abordando aquí.

Pese a la dificultad, la autora norteamericana propone algunos puntos de partida de dichas conversaciones, los cuales giran en torno a nuestras propias formas de vincularnos con los dispositivos tecnológicos. De esta manera, Turkle propone estrategias tales como “crear espacios sagrados para la conversación”, es decir, momentos en familia o con amigos donde conscientemente se opte por apagar los dispositivos electrónicos o dejarlos fuera del alcance e intentar mantener una conversación cara a cara de temas profundos.

Otra de las estrategias es la de pensar en “la unitarea como el nuevo gran avance”. Resalta que “nuestros cerebros están diseñados para desear lo rápido e impredecible” y “a menos que diseñemos nuestras vidas y nuestra tecnología teniendo en cuenta esta vulnerabilidad, estaremos abocados a un rendimiento reducido” (Turkle, 2017, p. 364).

Entendemos que la finalidad de entablar conversaciones difíciles en torno a las consecuencias (inesperadas o no) que conlleva la utilización de los avances tecnológicos y de poner en prácticas estrategias concretas para replantearnos nuestra

relación con los dispositivos, es la de no perder el “sentido”. “Una IA (Inteligencia Artificial) puede saber qué te activa emocionalmente porque lo deduce a partir de tus indicadores fisiológicos. Pero no comprenderá nunca lo que ninguna de esas cosas significa para ti” (Turkle, 2017, p. 385).

En este marco la idea de pensar esta nueva dimensión social, de la que ahora somos parte, requiere el conocimiento de ciertos conceptos y mecanismos que nos dirigen a tomar conciencia y posición respecto a la cultura de la conectividad. Para ello, en este capítulo partimos de la descripción del contexto actual en donde se entremezclan las nuevas tecnologías con la actividad humana. En dicha imbricación se establecen normas que pueden, con el paso del tiempo, convertirse en leyes y reglamentaciones. Es decir, damos cuenta de una nueva dimensión de lo social, la cual es a su vez atravesada por la ideología neoliberal estableciendo así lo que Van Dijck llama cultura de la conectividad.

En esta cultura de la conectividad, resaltamos lo que Sherry Turkle nombra como huida de la conversación que, sumado al contexto sociocultural y políticos general, erosiona la capacidad de sentir empatía, perdiendo de esta manera la posibilidad de aprender a escuchar y, por ende, la capacidad de ser comprendidos. Destacamos también cómo opera el principio de popularidad para pasar, más tarde, a definir las redes sociales como sistemas que potencian las redes humanas y al mismo tiempo reducen a datos cuantificables las relaciones entre personas.

Ahondamos en este sentido en el concepto de inconsciente tecnológico (Van Dijck, 2016), término que hace referencia al poderoso y casi invisible aparato de información que funciona sin el conocimiento de los usuarios. Para desandar este mecanismo, incorporamos el concepto de burbujas de la información con la finalidad de hacer referencia al aislamiento intelectual que se genera al utilizar las tecnologías conformadas por algoritmos. Definidos estos como “un conjunto finito de instrucciones o pasos que sirven para ejecutar una tarea o resolver un problema de tipo matemático a través de la manipulación de símbolos” (Rodríguez, 2018, p. 18),

buscando hacer más efectiva y eficiente la vida humana. Pero, al mismo tiempo, genera con los datos de los usuarios un caudal de información cuantificable que se utiliza con otros fines, la mayoría de las veces, diferente o bastante distante del discurso con que se muestran las redes.

Por último, planteamos como Sherry Turkle sostiene que es la conversación cara a cara el método más efectivo para revertir los efectos no deseados e inconscientes de la sociabilidad online. Entendiendo que las nuevas tecnologías son herramientas que se pueden diseñar teniendo en cuenta nuestras fragilidades y, al mismo tiempo, “es nuestra labor como seres dotados de psicología profunda y relaciones complejas” (Turkle, 2017, p. 407), pensar acerca de cuál es la forma más conveniente de utilizar la tecnología para vivir en sociedad.

Teniendo en cuenta lo dicho hasta aquí, consideramos que es pertinente hablar sobre redes sociales en un podcast, ya que nos permite desentrañar la complejidad que encarnan las mismas, tanto en relación con su funcionamiento como a la utilización que se les da. Elegimos este formato porque nos permite cierta flexibilidad, la cual necesitamos para poder desarrollar en profundidad los cuestionamientos, conceptos desarrollados en los apartados anteriores e ideas que giran en torno a las plataformas del mundo online y sus efectos en nuestras costumbres, formas de pensar y comportamientos.

Capítulo 2

El podcast. Nace un nuevo medio

Con la aparición de Internet se generó un cambio de paradigma que transformó no sólo el ecosistema de los medios tradicionales, tales como los medios gráficos, la radio y la televisión, sino que también supuso una modificación en las dinámicas vinculadas a la economía, la política, las instituciones y las relaciones sociales.

Dentro de este nuevo paradigma se desarrollaron innovaciones en el campo de los medios digitales que fueron la base para el surgimiento del podcast. Entre dichas innovaciones podemos situar al traspaso del contenido de los medios analógicos al mundo digital y el surgimiento de “nuevos medios” de comunicación. En este punto, y con la intención de hacer foco en el podcast, cabe hacer un breve recorrido por las etapas de evolución que tuvo la radio (radio hertziana a radio digital) y el blog como una de las primeras prácticas comunicativas netamente digitales.

Hacer un recorrido de los antecedentes del podcasting nos da herramientas para, por un lado, entender técnicamente como estos medios se fueron conformando, y por otro, poder comprender qué es lo que tiene de “nuevo” y qué mejoras o posibilidades se generan. En este sentido es que consultamos lo que el pensador ruso Lev Manovich (2001) llama “principios”, los cuales consignaremos más adelante. También nos brinda un marco que nos permite tomar conciencia de la importancia e influencia que tienen los desarrollos tecnológicos en la comunicación. Por ejemplo, la creciente adquisición de smartphones, ipods, tablets y otros dispositivos, junto con

la mejora de la conectividad móvil y el creciente acceso a internet han facilitado el desarrollo y la instauración del podcast como “nuevo medio”.

Para este trabajo de tesina la definición que nos parece más apropiada es la que trae el investigador y docente argentino Agustín Espada (2018), que define al podcast como una forma de producción de contenidos “pensados para internet, especializados temáticamente y serializados en su producción” (p. 3). Acerca de esta definición, ahondaremos en el presente apartado, pasando por los principios que lo determina como un “nuevo medio de comunicación”.

Para que el podcast se conformara como un nuevo medio tuvo que pasar por varios procesos, partiendo de la inclusión de algunas características y formatos de la radio. A esta forma de funcionamiento el periodista español y magister de comunicación David García-Marín en su artículo “La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español” (2018, p. 34) lo llama “remediación”. Para entender este concepto, parte de la base de que ningún medio actual funciona en ausencia de otros medios, y que lo llamativo de los nuevos medios son las formas en que los antiguos son remodelados para responder a nuevos desafíos.

De esta forma, el podcast se alimenta de la radio para poder existir, pero, con el pasar del tiempo, comienza a diferenciarse de la misma para dar paso a sus propias formas y dinámicas. Para poder analizar los diferentes formatos en los que el podcast se constituye recurrimos a la utilización de tipologías a manera de guía para clasificar la variada y vasta producción de los podcasts. Cabe destacar que, si bien este puede ser tipologizado, se trata de un producto en desarrollo por lo cual se estima que irá modificando sus características con el tiempo, lo que lo hace flexible para tratar diferentes temas en profundidad.

2.1. Antecedentes del podcast

Todo avance tecnológico, más aún cuando se trata de medios de comunicación, supone una mejoría técnica y posibilita la creación de nuevas formas comunicativas. Pero al mismo tiempo, cada avance se desprende de una invención anterior, por lo que comparte ciertas características y funcionamientos con su antecedente. Analizar un nuevo medio sin mirar desde qué invención (o invenciones) se desprende, es verlo sólo parcialmente. Con la finalidad de analizar al podcast en toda su complejidad para poder comprender qué es lo que tiene de “nuevo” y qué mejoras o posibilidades entraña es que puntualizamos a continuación sobre los antecedentes del podcast en tanto medio de comunicación.

2.1.1. Radio analógica y radio digital

Emprenderemos un pequeño *racconto* de la historia de la radio hertziana porque creemos importante poder abordar a los precursores del podcast como hitos diferenciados en el viaje que la comunicación sonora ha desarrollado en las últimas décadas. Entendemos que el proceso evolutivo que tiene a la radio como punto de partida y al podcasting como punto final están entrelazados desde los desarrollos tecnológicos, pero también desde lo que han significado y significan estos medios para la sociedad a la hora de trabajar con recursos sonoros.

Y es que para que “los locos de la azotea” pudieran hacer historia tuvo que crearse la pila voltaica (1799), transmitir el primer mensaje público por el telégrafo en código morse (1944), sumar el ingenio de Graham Bell, quien propicia el nacimiento de la telefonía en 1875 y esperar a que llegara el año 1887, cuando Heinrich Hertz descubriera e ideara un proceso para medir ondas electromagnéticas (entre otros muchos descubrimiento y procesos de creación). Más allá de la controversia respecto a las patentes entre Guillermo Marconi, Alexander Popov y Julio Cervera, la telegrafía sin hilos hizo posible impulsar la radiotransmisión a larga distancia. Esta fue la base para la creación del primer receptor de radio.

Recopilando información del sitio web del Ministerio de Cultura de la Nación (2020), llegamos a la primera transmisión radial regular, sistemática y dirigida a un público que se realizó en Argentina en agosto de 1920, de la mano de los denominados “locos de la azotea” (Enrique Susini, Luis Romero Carranza, César José Guerrico y Miguel Mujica): un grupo de cuatro estudiantes de medicina pusieron al aire la ópera Parsifal, de Richard Wagner, desde el techo del Teatro Coliseo de Buenos Aires. A pesar de que a esta primera transmisión la escucharon no más de 100 personas, marcaría un hito en la historia de la radiofonía mundial. Así es como los aparatos receptores de ondas electromagnéticas comenzaron a tener un lugar principal en los hogares reuniendo a la familia al lado de la radio para escuchar las distintas propuestas. Y de esta forma es que nace la radio como medio de comunicación que, con el pasar de los años, fue tomando cada vez más relevancia en la sociedad no solo en lo cotidiano, sino también en la geopolítica mundial.

Se había lanzado al mundo un medio de comunicación que no pararía de crecer, hasta vivir “la época de oro” de la radio que comienza en la década del ‘30 y perdura hasta la del ‘60. Crecimiento que se sostuvo incluso con la aparición de la TV en los ‘50 con la cual, por un tiempo, se estableció una especie de competición hasta que ambos medios fueron definiendo sus audiencias y espacios de influencia.

Particularmente en Argentina, a partir del ‘57 la radio comienza a sufrir las primeras censuras de la mano del gobierno de facto de Aramburu, lo cual da la pauta de la importancia de la radio en la construcción del pensamiento social de la época. En los ‘70 aparecen las FM (Frecuencia Modulada) y su irrupción divide el espectro radiofónico en dos grandes grupos, estableciendo la dicotomía entre la AM que se inclinaba más por la información y la FM que le daba espacio a la difusión de música. A finales de esa década, más precisamente, en 1976 se comienza a perpetrar el golpe militar, cívico y eclesiástico más violento de nuestro país, y la radio no estuvo exenta del aparato represor, es así como aparecen las listas negras de artistas, canciones y temas de la coyuntura que debían ser eludidos.

En los '90 los medios de comunicación se vieron en la encrucijada entre la mega concentración de empresas periodísticas con la administración de varios medios a su cargo, y la proliferación de los micro-medios: radios de baja potencia de alcance local y comunitario, de corte colaborativo y horizontal. En esta década también comienzan a darse los primeros acercamientos a internet.

Y es así como la radio analógica llega al nuevo siglo, con mucha historia detrás y grandes desafíos en el horizonte. García-Marín (2018) considera que la evolución, que va desde la radio hasta el podcast, pasa inevitablemente por diferentes fases, las cuales no son totalmente lineales. En esta mutación, que va desde un primer periodo pre-digital liderado por la radio exclusivamente hertziana, la comunicación sonora llega a internet con la inserción de las grandes cadenas de radio que utilizan la red como otra forma de acceder a las audiencias, difundiendo la programación que ya se emitía vía analógica. Así, la web funciona como repetidor digital de los contenidos de las emisoras.

En una segunda fase de desarrollo de la radio digital, los portales de las grandes cadenas que emiten de forma online complementan sus contenidos con elementos informativos construidos en lenguajes diferentes al sonoro (imágenes, infografías, videos, etc.) y abren espacios de participación con sus audiencias mediante la inclusión de comentarios y la recepción de material que les mismos usuarios generan y aportan al medio. Paralelamente, nacen numerosos proyectos de radio exclusivamente digital, sin soporte hertziano.

La principal limitación de las radios digitales residía en la falta de portabilidad. Es por ello que García-Marín (2018) considera que el siguiente paso en la evolución desde la radio convencional al podcasting, fue que la radio digital se volviera a la carta, y de esta forma, posibilita la descarga y escucha asíncrona de contenidos.

Este modelo [on demand] quiebra la temporalidad clásica de la radio y ofrece una mayor dosis de personalización de la escucha a un

oyente que ya es capaz de generar su propia [grilla] de programación y adaptar la escucha a sus propias condiciones vitales, disponibilidad e intereses. Además la radio digital a la carta ofrece la posibilidad de consumir contenidos sin necesidad de conexión a la red mediante aplicaciones y programas que almacenan el contenido sonoro en los dispositivos de reproducción disponibles en el mercado, como computadoras, tablets, celulares, reproductores de mp3, entre otros.
(p. 2)

2.1.2. El blog

El establecimiento del podcast como medio de comunicación fue posible luego de ciertas etapas y avances tecnológicos indispensables también en el aspecto digital. En ese sentido, elegimos empezar con el blog y sus aficionados ya que fue éste la piedra angular para la creación de archivos de audio que más tarde se transformaría en lo que hoy conocemos como podcast (García-Marín, 2018, p.5).

Durante los primeros años del 2000, el blogging ya era una práctica muy aceptada en la web. Los creadores de contenido digital tenían sus propios blogs, es decir, sus propios sitios web que actualizaban periódicamente con textos de su autoría o ajenos. La mayoría de los blogs tenían una temática determinada y era bastante usual contar con una comunidad que seguía de cerca cada actualización, las cuales eran anunciadas en los diferentes foros de chat abierto. En este panorama, la introducción de los mecanismos de sindicación no sólo cambió las reglas de juego para los blogs, sino que fue la tecnología que abriría la ventana para la creación de lo que más tarde conoceríamos como “podcast”.

La sindicación es la distribución masiva de contenidos en la web, en términos sencillos se podría explicar de la siguiente manera: cada vez que se “sube” (o se agrega) un nuevo contenido a un sitio web, pasa a formar parte de una lista de enlaces que los buscadores reconocen. Son los buscadores web los que, junto con una serie de información adicional y metadata, evalúan si ese determinado contenido

es de interés en base a la búsqueda que hace una persona. En cuyo caso, el buscador lo ofrecerá como respuesta, a manera de enlace, en el cual dicha persona puede ingresar haciendo clic. Este mecanismo permite además la descarga automática del contenido, esta característica es fundamental porque permitió la suscripción a los mismos. Por otra parte, éstos son ordenados en el *feed* -es decir, una lista de las últimas actualizaciones en un sitio web, llamadas “entradas”, que a su vez son enlaces para ampliar información-.

Lo dicho hasta acá, sirve para explicar cómo los bloggers y la comunidad bloguera interactúan con el contenido. Esta forma de distribución va más allá con la aparición del formato RSS (Rich Site Summary o Really Simple Syndication) -el cual es un archivo que tiene la apariencia de un documento de texto compuesto por etiquetas similares a las utilizadas en el HTML-, lenguaje utilizado para la elaboración de páginas web-. El formato RSS comenzó a complejizarse con la posibilidad de alojar audios en los mismos. Así, fue posible para los blogs comenzar a alojar sus contenidos en forma de audio y ordenarlos también en forma de “entradas”. De esta manera, podemos ver la enorme similitud que existe entre los blogs y los podcasts en cuanto a la distribución de la información.

Continuando con los hitos cronológicos que conforman los cimientos del podcast, el periodista español David García-Marín (2018), establece una segunda etapa en las fases evolutivas del podcasting, la cual abarca del 2006 al 2010. Esta segunda etapa está marcada por el interés de los medios de comunicación convencionales hacia el podcasting, incipiente en ese entonces, ya que las grandes corporaciones mediáticas estadounidenses comienzan a abrir canales de podcasts. Este traspaso del contenido en forma de audio hacia la web, lo lleva adelante en profundidad la “radio convencional”, que paulatinamente introduce y da a conocer sus propios programas en formato podcast en los diferentes repositorios, servicios y plataformas que se crean alrededor del medio. Es en esta instancia en donde, de alguna manera, la práctica del podcasting comienza a “profesionalizarse” en su

producción, y lo hace copiando el mismo patrón de la radio en cuanto al manejo sonoro de la información.

Con la profesionalización del podcast se hace necesario idear vías de financiamiento para poder sostener la actividad. García-Marín (2018), señala el año 2012 como “el inicio de la edad dorada del podcast” ya que “algunos de los programas más famosos de EEUU emitidos por radios públicas, deciden convertirse en independientes y financiarse vía crowdfunding” (p. 7). Este recurso económico es uno de los más utilizados en la actualidad a través de diferentes plataformas, en Argentina, podemos nombrar a la aplicación “Cafecito” como una de las aplicaciones de *crowdfunding* más exitosas. Así mismo, junto con esta forma de financiamiento, aparecieron otras como el modelo publicitario convencional, la esponsorización y suscripciones pagas.

2.1.3. Contexto socio-tecnológico en el que tuvo lugar el podcast

Cabe destacar, también, otros hitos tecnológicos que fueron de gran importancia para que el podcast se convirtiera en una vía de comunicación masiva, como lo es hoy en día, y para su crecimiento el cual continúa en aumento. El primer hecho significativo, fue el lanzamiento de la versión 4.9 de iTunes -el reproductor de medios y tienda de contenidos multimedia desarrollado por Apple-, lanzado al público el 28 de junio de 2005. En esta nueva actualización, “se agregó una sección para la inclusión de podcasts que podían ser escuchados en streaming, descargados manualmente o bajo suscripción desde su plataforma” (García-Marín, 2018, p. 8). La importancia de este hecho radica en que, por primera vez, tanto los creadores de contenido (es decir, aquellos podcasts pioneros) como sus escuchas, podían encontrar de manera organizada todos sus contenidos en un mismo lugar. Es así que le oyente podía encontrar “gran parte de la oferta de podcasts disponible hasta la fecha de una forma cómoda, sencilla y centralizada, sin tener que acudir a los blogs de cada uno de los podcasts para lograr su escucha y descarga” (p. 8).

Sin embargo, para los creadores y usuarios de podcast, este servicio de iTunes tenía un alcance limitado ya que sólo las personas que poseían tecnología Apple podían acceder a esta especie de “directorio” de podcast. Esta limitación se superó cuando en noviembre del 2008 se crea la plataforma iVoox con el lema “Listen. Whatever. Wherever” (Escucha. Lo que quieras. Donde quieras). Esta plataforma permite reproducir, descargar y compartir todo tipo de audios, no solamente podcasts (audiolibros, conferencias, programas de radio, etc.). Lo que catapultó iVoox a su masividad es que se trata de una plataforma gratuita y apta para todo tipo de usuarios (no solamente para quienes tengan tecnología Apple). Tanto la carga de audios a la plataforma, como su reproducción, descarga o suscripción son absolutamente gratis. Otra de las características de importancia de esta plataforma, es que las personas pueden suscribirse a una temática en particular y sólo recibir ofertas de audios respecto a la temática de su interés. Lo cual no era posible con iTunes.

El lanzamiento, en el año 2004, del servicio FeedBurner también fue de gran importancia para quienes se dedicaban a la creación de contenido digital. FeedBurner proporciona herramientas de gestión de fuentes web RSS y, además, proporciona servicios de análisis de tráfico y un sistema opcional de publicidad. En este mismo sentido, se podría ubicar a la aparición de Facebook en el año 2007 y Twitter en el año 2008, ya que estas redes sociales funcionaron (y funcionan) como herramientas de publicidad y difusión de diversos contenidos digitales.

Por último, el aumento de smartphone en la población mundial también colaboró para la popularización de todo tipo de contenido digital, entre ellos los podcasts. Al respecto, nos parece conveniente traer las cifras que publica García-Marín en su artículo para poder acercarse de manera concreta al impacto de los smartphones en cuanto al consumo de podcast.

El informe de Edison Research, publicado en el 2017, sobre los hábitos de consumo de podcasts en Estados Unidos, arroja que la escucha de programas se realiza en un 69% sobre tecnologías

móviles, frente a un 31% de consumo ejecutado desde el ordenador.
(2018, p. 9)

Si bien la cifra nombrada responde a un estudio sobre la población de Estado Unidos, cada vez es más notorio el aumento de la escucha de podcast a través de celulares. Sin ir más lejos, en Argentina, en una encuesta realizada en el año 2020 por *Drop the mic* (una comunidad de productores y realizadores de podcast) dio como resultado que el 96% de la población encuestada escucha podcast a través de teléfonos móviles.

La finalidad de mirar hacia atrás y detenerse en lo que consideramos son los antecedentes del podcast, radica en no sólo comprender cómo éste fue técnicamente posible sino porque en el podcast conviven muchas de las características de aquellos antecedentes, haciendo entender que sin sus antepasados el podcast no podría existir como tal. Sin embargo, la masividad del podcast y su profesionalización, lo dotaron de ciertas características que le son propias y lo definen. Además, cuenta con una comunidad particular que, sabiendo que el podcasting se basa en contenidos específicos y tratados en profundidad, exige productos de calidad.

2.2. El podcast argentino

En varios relevamientos que se han realizado hasta el momento muestran un crecimiento del desarrollo del podcast, tanto a nivel mundial como en América Latina y el país. Ya en 2008, en su tesis doctoral, Fernández de Velasco muestra que tan sólo en 5 años se habían creado más de 250.000 podcasts en todo el mundo (p. 18). Doce años más tarde, las estadísticas de es.statista.com revelaban que, a fines de 2020, aproximadamente 533 millones de personas escuchaban podcasts a nivel mundial. Esta cifra muestra un incremento de 125 millones con respecto al año anterior. El sitio pronostica que el número de oyentes continuará en alza en los próximos 15 años, acercándose a los 975 millones. Argentina, según el sitio buzzsprout.com, es el segundo país en Latinoamérica en donde más ha crecido la

escucha del podcast: desde el año 2018 a 2020, nuestro país experimentó un crecimiento del 55%.

El podcast irrumpió en la escena argentina en el año 2009 con la aparición de *Demasiado cine*, producido por Mariano Pagella, Christian Di Pasquo, Alejandro Csöme y Nicolás Tapino. No obstante, fue recién en 2014 cuando la creación de *Posta*, productora fundada por Luciano Banchemo junto a *Lunfa* y *Chak*, dio impulso al movimiento de productoras de podcast en el país. Este momento se puede definir como fundacional respecto al podcast en Argentina: en un lapso de 5 años el género pasó de ser algo inédito a establecerse como una nueva forma de crear y distribuir contenidos.

Lamentablemente no hay registros formales acerca del consumo de podcast en el país, sin embargo, la comunidad de realizadores que conforman Drop de the mic, en el año 2020 realizó una encuesta con la finalidad de echar algo de luz respecto a la situación general de podcasting en Argentina. Si bien dicha encuesta, tal y como lo aclaran desde Drop the mic en el inicio del informe, no es representativa ya que la población encuestada es bastante menor que el público que se supone escucha podcast en el país, las cifras arrojadas sirven a manera de guía. En ese sentido, los formatos preferidos de las audiencias en Argentina son: los conversacionales (51,1%) y los de entrevistas (22,7%). Especialmente si son sobre: cine y series, sociedad y cultura, economía y política.

Otro dato que arroja la encuesta es que el 29,4% prefiere escuchar podcasts de entre 35 y 45 minutos de duración y el 24,8% los prefiere de entre 25 y 35 minutos. Esto va de la mano con el siguiente dato: la plataforma favorita en el país para la escucha de podcast es Spotify (70% usa premium y 17% utiliza su versión con publicidad), la segunda plataforma es YouTube (con el 23%). Drop the mic señala que este resultado quizás se deba a que “su irrupción en el mercado en 2018 significó un crecimiento en la accesibilidad del contenido y fue un colaborador central para el aumento de la audiencia de este contenido en el país” (2020).

Nos interesa resaltar la información que revela esta encuesta sobre los elementos más valorados para elegir un podcast sobre otros. Así es que la descripción del mismo es el elemento que más importancia tiene a la hora de preferir una opción, le siguen el nombre del podcast, el título del episodio, las reseñas y puntuaciones, el conductor, el diseño gráfico de la portada y la cantidad de episodios disponibles. También, en este mismo sentido, rescatamos que, según la encuesta, “el consumo de podcast semanales ronda un promedio de 2 ó 3 por semana, algo similar a la cantidad de episodios que se escuchan” (2020).

Si bien los resultados de dicha encuesta ya cuentan con varios años consideramos que las tendencias se mantienen y que existe una propensión en ascenso respecto a la cantidad de personas que escuchan podcasts. El aumento de la oferta, como el nivel de demanda de podcast, hace que este fenómeno alcance también a los grandes medios y figuras públicas que lanzan sus propios contenidos en este formato y, tal como sucedió en Estados Unidos, se posiciona como una nueva forma de comunicación.

En el próximo apartado nos acercaremos a las definiciones de podcasts que consideramos más acabadas y ahondaremos sobre sus aspectos más relevantes.

2.3. Definición de podcast

Seleccionamos la definición de podcast que ofrece Agustín Espada, la cual define al podcast como una forma de producción de contenidos “pensados para internet, especializados temáticamente y serializados en su producción” (2018, p. 3). Es por esta especificidad que requiere una pre y post producción sistematizada. El podcast nace en EEUU en el año 2004 y su principal insumo es el sonido: silencios, palabras, música y efectos. Esta característica reviste a la producción de un podcast de posibilidades de creatividad y experimentación en sus diferentes tipologías, permitiendo lograr así un producto flexible para tratar diferentes temas en

profundidad. Además, ofrece la posibilidad de suscripción y descarga automática de contenidos.

Una de las características más distintivas del podcast, sobre todo en el contexto actual, es que presentan temáticas muy variadas en relación con otros medios, sobre todo en el podcasting hecho por aficionados, en donde se hace notorio un trabajo con libertad respecto a los contenidos que habitualmente se quedan fuera del circuito mainstream. Esto marca una búsqueda constante de nuevos nichos.

Como ya dijimos, uno de sus antecesores fue la radio que, si bien sigue manteniendo varios puntos en común, hace ya un tiempo que el podcast viene diferenciándose en sus formas de producción, contenido y códigos, esto hace que el podcast se conforme como fenómeno comunicativo independiente y con identidad propia. De lo cual hablaremos más adelante.

2.4. Remediación

Como venimos anticipando, los antecedentes del podcasting se pueden tomar como precursores técnicos pero también dotan de formas y códigos que, con algunas variaciones, se repiten en el podcast. A este proceso, autores como David García-Marín lo denomina *remediación*, la cual se entiende como “la introducción de un medio en otro medio o la transferencia de características propias de medios antiguos en nuevas especies mediáticas” (2018, p. 33).

Es decir que ningún medio actual funciona en ausencia de otros medios y que lo llamativo de los nuevos medios son las formas en que los antiguos son remodelados para responder a nuevos desafíos. Los autores Bolter y Grusin plantean que estos nuevos medios “deben ser entendidos como elementos que desbordan los límites de la tecnología, y que estos emergen desde contextos culturales que constituyen la suma de nuevos usos y protocolos en situaciones y ámbitos específicos, tales como la publicidad, la educación o la expresión personal” (cit. en García-Marín, 2018, p. 34).

Consideramos necesario ofrecer una descripción de los aspectos fundamentales que el podcast toma de prácticas mediáticas anteriores, en específico de la radio, a fin de entender íntegramente su funcionamiento.

Una de las remediaciones más evidentes entre radio y podcast es que ambos se basan en el sonido con sus signos fundamentales: la palabra, la música, los efectos especiales y el silencio. Además el podcast tiene como bandera, formatos que han sido ampliamente desarrollados en la radiofonía, tales como la entrevista, la modalidad conversacional (de tertulia), los radioteatros (podcast de ficción) e incluso los monólogos.

Otra de las remediaciones se manifiesta también en la estructura y las herramientas narrativas. El podcasting también conforma sus guiones con lo que en el mundo radiofónico se conoce como artísticas, que son fragmentos de sonido que le dan identidad a los programas (y en el caso del podcast a sus episodios), los cuales son: apertura, cierre, separadores, cortinas, e incluso, promos (que, a su vez, son remediaciones de la publicidad impresa). También en la forma de hacer e introducir publicidad, el podcasting remedia el modelo de emisión de anuncios de la televisión y la radio al transmitir publicidad grabada previo al desarrollo de los episodios, como así también a través de la locución directa de spots por parte de los presentadores.

2.5. Discontinuidad del medio radiofónico

Así como el podcast se alimenta de la radio para poder existir también, con el pasar del tiempo, y experimentación, comienza a escindirse de la misma para dar paso a sus propias formas y dinámicas. A continuación abordaremos aquellas discontinuidades más relevantes.

Consideramos, junto con García-Marín, que uno de los puntos de quiebre más notorios entre la radio hertziana y el podcast, tiene que ver con el tipo de consumo. El autor toma a la radio como un medio que se acerca más al “modelo de

consumo hit (sobre todo cuando nos referimos a las grandes emisoras), (...) [mientras que] debemos situar al podcasting como una práctica que atomiza a sus audiencias a partir de la difusión de contenidos mucho más específicos” (2018, p. 58). Es así como los modos de escucha de podcasts se vinculan con la lógica que consiste en un modelo que distribuye, en el caso del podcasting, “muchos programas de variado contenido para un público minoritario y específico” (p. 58).

De esta forma, el podcast colabora con la diversificación cultural, al proponer variables en la oferta de temáticas y contenidos; y establece diferentes enfoques a los instalados en la agenda mediática. “Ejerciendo como motor extracultural y alternativo a los relatos de los medios comerciales” (2018, p. 58).

Otro de los puntos de quiebre más relevantes entre la radio y el podcast es el “consumo on demand”. Esto implica que las posibilidades de elección no se circunscriben a qué tipo de podcast escuchar, sino que es posible elegir episodios, secciones en particular e incluso la velocidad a la cual reproducirlos. También existe la posibilidad de crear listas de reproducción en función de los gustos, intereses y tiempo disponible para la escucha de los usuarios. La digitalización y la automatización (principios que desarrollaremos más adelante) posibilitan nuevas maneras de emisión y recepción del contenido y propician a los podcasts nuevas formas de interactuar imposibles para la radio. “En el podcasting las posibilidades de consumo mediático se multiplican frente al consumo lineal, estandarizado y homogéneo de la radio” (García-Marín, 2018, p. 59).

García-Marín hace hincapié en el lenguaje de los nuevos medios, atravesado por algunos de los aportes más relevantes ofrecidos por diferentes académicos, sobre todo del autor ruso Lev Manovich, en su libro *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital* (2001). De esta manera, el periodista español analiza el podcasting utilizando algunos de los principios de Manovich para comprender cómo el podcast se establece como un medio en sí mismo. De esta manera el periodista español habla de digitalización,

modularidad, automatización, variabilidad, propagabilidad e interactividad. Los cuales veremos a continuación.

2.6. ¿Cómo nace un nuevo medio?

Para poder identificar al podcast como un nuevo medio García-Marín recupera a Manovich (2018) y propone una serie de principios, a manera de características intrínsecas, las cuales comparte con otros medios digitales. En ese sentido, la digitalización es la cualidad fundamental de los nuevos medios, pues es lo que les ha permitido a los medios tradicionales traducir su contenido en datos numéricos.

Los procesos de digitalización no sólo han posibilitado que sea más accesible para las personas realizar, por ejemplo, sus propios podcasts; sino que las herramientas digitales están pensadas para que sean utilizadas incluso sin contar con conocimientos técnicos. Además, la digitalización en todas y cada una de las instancias de producción del podcast: grabación, edición, alojamiento en la web y difusión, hace que se pueda catalogar al mismo como medio absolutamente digital, lo cual lo distancia completamente de los medios analógicos, incluso cuando éstos han digitalizado sus contenidos.

Otras de las características intrínsecas de los nuevos medios que también se encuentra presente en el podcast es la modularidad. Esto es la capacidad que tiene un producto de dividirse en componentes más pequeños, que mantienen su identidad por separado, y que a su vez pueden ser modificados. Así, en el caso del podcast, “los instrumentos digitales de grabación y edición de audio permiten el registro diferenciado de pistas de sonido que pueden ser modificadas de forma independiente sin operar sobre el resto del contenido” (2018, p. 11). La modularidad también es notoria en el consumo y distribución del podcast. De esta manera, es posible escuchar (o ver) un episodio sin necesidad de ver los demás y aun así entender completamente el contenido e, incluso, la idea general del podcast entero

(exceptuando aquellos podcasts documentales y de ficción en donde la historia contada requiere de múltiples episodios que necesitan ser escuchados en orden cronológico).

Como consecuencia de la digitalización y la modularidad aparece la automatización (Manovich, 2001), otras de las características intrínsecas de los nuevos medios. Esto es la escasa o nula participación humana en la realización de determinadas operaciones, tales como la vinculación de las plataformas de distribución de podcasts con las redes sociales de los creadores sin necesidad que éste lo programe manualmente. De esta forma la máquina “trabaja” por le usuarie, lo mismo que ocurre cuando les oyentes de un podcast se suscriben y, gracias a los procesos de sindicación automática de contenidos de los cuales hablamos anteriormente (ver apartado 2.1.2. *El blog*), se produce la descarga de cada nuevo capítulo. Cabe relacionar esta característica con el funcionamiento de los algoritmos que vimos al hablar de redes sociales (ver apartado 1.2.2. *Aislamiento intelectual: filtro de burbuja y algoritmos*), ya que como dice García-Marín “estos procesos de automatización también están vinculados con la recepción de los datos del patrón de navegación, escucha y preferencias del usuario para generar recomendaciones que se presentan de forma individualizada” (2018, p. 12). Como se puede apreciar la automatización y el funcionamiento de los algoritmos están estrechamente vinculados.

Este mismo lazo estrecho se encuentra con una cuarta característica, o “principio” en términos de Manovich: la variabilidad. Esta cualidad en los nuevos medios de comunicación viene a describir la posibilidad de adaptación que tiene un producto a las condiciones de consumo y preferencias de les usuarie. De esta forma las personas pueden escuchar un mismo episodio, pero la interfaz⁶ del mismo puede variar según, por ejemplo, desde la plataforma en la que se lo esté escuchando, como también el orden en el que cada escucha elige reproducir los episodios de un

⁶ La ventana gráfica de un programa con el que se interactúa.

podcast. García-Marín propone un ejemplo sumamente esclarecedor de variabilidad que vale la pena citar a continuación.

El ‘modo coche’ que ofrece la plataforma iVoox, adapta su interfaz para facilitar el consumo de podcasts durante la conducción [de un vehículo] reduciendo las opciones disponibles en pantalla (aminorando así las posibilidades de distracción), oscureciendo su color de fondo y agrandando los botones a fin de facilitar su manipulación al volante. (2018, p. 12.)

La propagabilidad también forma parte de este ADN de los nuevos medios de comunicación según García-Marín (2018). Esta característica hace hincapié en las facilidades para propagar el contenido mediante códigos de inserción que son formatos fáciles de compartir, al estilo de un link, que se pueden introducir dentro de un determinado contenido. Este es el principio que hace posible que existan botones de acceso a las redes sociales más populares, por ejemplo, dentro de la interfaz de los capítulos de un podcast. Esto permite que la difusión de los contenidos en la era digital resulte mucho más fácil en comparación con la era analógica de los medios donde había que hacer más esfuerzo (incluso económico) para acercar un producto a las audiencias.

Por último, se encuentra la interactividad. Este aspecto de los medios digitales puede ser muy variado. Existen niveles de muy alta interactividad en un producto, como lo son los videojuegos donde las personas pueden chatear con varias participantes a la vez, y otros en donde la interactividad es mínima, es el caso de los textos digitales con hipervínculos donde la persona puede optar por consultar información extra si decide acceder a los hipervínculos ofrecidos en el texto. En el podcasting, es posible interactuar con otras personas en el momento de su producción como una vez emitido el episodio ya que los oyentes pueden comentar cada capítulo tanto en las plataformas de podcasting como en las redes sociales.

La interactividad que permite el podcast en el momento de su producción es posible “gracias a la aparición de herramientas de creación de programas en directo

como Spreaker Studio, que recrean un estudio virtual de radio” (García-Marín, 2018, p. 12). Esta herramienta, además de ser una clara remediación del medio radiofónico (como observamos en el apartado 2.4. *Remediación*) ofrece además “un servicio de chat para mantener conversaciones con los oyentes durante las emisiones en directo” (García-Marín, 2018, p. 12). De esta forma, la interacción entre podcaster y oyentes se puede dar en vivo y estando en diferentes puntos del mundo.

2.7. Tipologías

Independientemente de las características o principios que le dan entidad a un podcast como un “nuevo medio”, se pueden realizar tipologizaciones para estudiarlos, comprenderlos y producirlos, estas tipologías van a depender de sus propiedades, estas pueden ser utilizadas como guía para clasificar la variada y vasta producción de los mismos. Las tipologías que describiremos a continuación han sido tomadas de la recopilación que hace Tomás Pérez Vizzón, director de Anfibia Podcast, en el dictado de “Clínica de Podcast, guión sonoro”, realizado en noviembre de 2020. Entre ellas podemos encontrar: conversacional, entrevista, documental, ficción y formato a medida.

A la primera de las tipologías Vizzón la denomina “Conversacional”. En este formato aparecen dos o más personas en roles diferentes hablando sobre un tema en particular. Este formato se asemeja al intercambio de opiniones, discusión o debate, y contempla la incorporación de una invitada. Aquellos podcasts conversacionales menos elaborados no requieren de la realización de un guión y demandan una mínima post-producción. Muchos de ellos presentan ciertos defectos de sonido (ruidos de fondo o ecos), proponiendo productos distantes de los estándares de perfección sonora que sostienen otras tipologías como así también en los medios sonoros profesionales. Al no estar guionados muchas veces recrean conversaciones informales que cualquier sujeto puede tener en su día a día. Es por esto que se tornan desordenados, con muchas interrupciones entre las personas que

intervienen en la conversación, además tienden a tornarse autorreferenciales y esto hace que pierdan “seriedad”.

Otra de la tipología más frecuente es la “Entrevista”. Aquí también aparecen dos personas, una en el rol de entrevistador y, otra, como entrevistado, siendo este último el protagonista, ya sea porque se trata de una personalidad destacada o por su conocimiento especializado sobre un tema. A diferencia del anterior, este tipo de podcast requiere de una investigación previa y la elaboración de un guión, que en general está estructurado alrededor de las preguntas o de la historia de vida del protagonista.

La tercera tipología es el “Documental”. En este caso existe la figura de un narrador que cuenta una historia basada en hechos reales a través de entrevistas, testimonios, audios de archivo y la creación de paisajes sonoros con música y efectos. En cuanto a la pre y post producción, requiere una gran labor de investigación, además exige gran cantidad de tiempo de elaboración y un especial cuidado en cuanto al guión, ya que aparecen diferencias según los múltiples géneros a los que responde: ciencia, *true crime*, política, tecnología, entre otros. Es una de las tipologías que más esfuerzo y compromiso exige ya que se pone en juego hechos e historias reales.

En esta tipologización encontramos también a la “Ficción”, que se diferencia notablemente de las anteriores, puesto que en ella se crea un universo imaginario que funciona con sus propias reglas de verosimilitud donde, tanto las acciones, el contexto como los personajes (o el personaje), puede presentar ciertos elementos de la realidad, o bien otros inventados. El podcast de ficción es similar a un radioteatro, ya que todo el universo sonoro y la trama están totalmente guionados y, por lo tanto, demanda un gran trabajo de pre y post producción, convirtiéndose en otra de las tipologías que más esfuerzo requiere. Por otro lado, la constante presencia de efectos especiales trabaja a favor de la inmersión de quien escucha dentro de la historia, favoreciendo así su verosimilitud y credibilidad y construyendo un espacio narrativo que, en la experiencia del usuario, se percibe casi como real.

En el quinto y último lugar, encontramos los “Formatos a medida”. Este se trata de un tipo de podcast más complejo de definir, porque puede tomar elementos de una o varias de las tipologías ya descritas, pues suele estar diseñado según el contenido a tratar. En este sentido, la cantidad de personas que participan varía en función de las necesidades y, por esto mismo, suele involucrar mucho trabajo de pre y post producción.

Sobre la base de la tipologización anteriormente descrita, y considerando que nuestro objetivo es producir un podcast donde podamos reflexionar sobre las transformaciones en los modos de comunicación a partir de la masificación de las redes sociales, elegimos para desarrollar nuestro producto el “formato a medida”. Para este objeto de creación en particular requerimos de 2 personas que cumplan el rol de narrador y la incorporación de voces de terceros. Contemplamos el desarrollo de una investigación, la recopilación de material de archivo y, en la etapa de edición, el esfuerzo por generar una atmósfera uniendo elementos tomados de la realidad con creaciones sonoras que generen un ambiente propicio para el desarrollo del tema.

Como vimos en este capítulo, fue necesario una serie de avances tecnológicos para que el podcast sea posible y se convirtiera en un medio de comunicación. Entendemos que estos desarrollos no se han dado de forma lineal sino transversalmente, dando forma al podcast de modo multicausal. La piedra angular e indiscutida es la radio, la cual tomó mucho protagonismo tanto en la vida cotidiana de las familias como a nivel geopolítico, convirtiéndose en medio fundamental tanto para el entretenimiento como para acceder a la información. Este medio analógico sigue vigente e incluso convive con otras innovaciones, surgidas de esta, que cobraron identidad propia con el pasar del tiempo y su uso. Es el caso de las radios digitales quienes se instalaron como nuevas formas de llegar a la audiencia, con sus propios formatos y códigos. Dentro de esta multicausalidad nos ha sido indispensable hablar de blogs ya que las innovaciones tecnológicas que lo fueron complejizando permitieron la inclusión del sonido en el mundo digital, lo cual dio paso al podcast.

También nos detuvimos en la historia del podcast en Argentina, que es muy reciente ya que data de 2009, pero fue recién en 2014 cuando el movimiento cobró un gran impulso de la mano de productoras de podcast que hoy siguen vigentes y liderando el terreno.

Además, trajimos a colación el concepto de remediación entendido como la transferencia de características propias de medios antiguos en nuevas especies mediáticas ya que nos permite comprender, en este caso puntual, el funcionamiento del podcasting. La noción de remediación allana el camino para concebir cómo fue que el podcast inicia el proceso de discontinuidad respecto a la radio hasta erguirse como un espacio que propone variables en la oferta de temáticas y contenidos, que establece diferentes enfoques y propicia un consumo on demand.

Esto se hace más evidente cuando analizamos los cinco principios de los que habla García-Marín para caracterizar a los nuevos medios, específicamente del podcast. Estamos hablando del proceso de digitalización en todas y cada una de las instancias de producción del podcast, de modularidad que es la capacidad que tiene un producto de dividirse en componentes más pequeños, que mantienen su identidad por separado, y que a su vez pueden ser modificados, la automatización que es cuando la máquina “trabaja” por le usuaria, la variabilidad que es la posibilidad de adaptación que tiene un producto a las condiciones de consumo y preferencias de les usuarias, la propagabilidad que es lo que le permite a los formatos introducirse dentro de un determinado contenido y, por último, los niveles de interactividad, los cuales en el caso del podcast pueden variar si son enlatados o en directo.

Para finalizar nos adentramos en las tipologías de podcast que propone Tomás Perez Vizzon, que nos brinda herramientas para poder darle forma a la producción de podcasts. Ellas son: conversacional, entrevista, documental, ficción y formato a medida.

A continuación llevaremos adelante la descripción y reflexión de casos de referencia en el podcasting de habla hispana para poder ajustar criterios que luego nos serán de utilidad para darle forma a nuestro objeto de creación.

Capítulo 3

¿Me oyen, me escuchan?

Una vez comprendido de qué medios y cómo se fue escindiendo el podcast, nos encontramos en condiciones de ir un paso más allá en este trabajo de tesina. Para esto, nos detendremos en los casos de podcast que hoy en día son reconocidos por la audiencia o que -a nuestro parecer- se configuran como productos interesantes para analizar debido a las diferentes estrategias comunicativas que éstos entrañan.

La finalidad de este análisis es ver en profundidad aquellas elecciones tanto estéticas, de forma, como de contenido, que creemos han funcionado (en diferentes niveles) o no. Las formas en que fueron tomadas las decisiones respecto a qué recursos sonoros utilizar y cómo ordenar el contenido de un podcast, nos son útiles para poder tomar ciertas decisiones respecto a nuestro producto y crear un podcast de calidad, entretenido y original.

Teniendo presente la tipología descrita (2.7), partiremos de casos que consideramos se destacan por su eficacia comunicativa, por su diseño sonoro y su originalidad en la forma de plantear el contenido. Con la finalidad de hacer un análisis de casos de forma ordenada, elegimos podcasts que, a nuestro parecer, son representativos de cada una de las tipologías descritas.

3.1. Análisis de casos

3.1.1. Conversacional: Concha podcast

En esta tipología elegimos analizar Concha podcast un producto argentino que nació en el año 2018, de la mano de Dalia Walker, Jimena Outeiro y Laura Passalacqua, quienes a su vez son las voces del podcast. Ellas mismas lo describen como “tres amigas que nos juntamos a hablar de los temas que nos atraviesan como si no hubiera un micrófono adelante”. La elección de este producto se debe a su éxito a nivel nacional ya que la plataforma Spotify ubica este podcast como uno de los más escuchados en el país y tiene una fuerte presencia mediática, incluso ha logrado convertirse en un producto transmedia⁷. Sin embargo, consideramos que, pese a su éxito, se encuentra en la antítesis de lo que aspiramos con nuestro producto de creación.

En primer lugar, consideramos que Concha no tiene un cuidado del sonido como debería hacerse para la realización de un podcast, ya que es común encontrar problemas técnicos en sus episodios, incluso los grabados y editados. En ocasiones el volumen se encuentra desregulado y los micrófonos que utilizan ensucian el audio haciendo difícil la escucha.

Desde lo narrativo, es un producto que carece de guión y tiene muy poca producción, esto trae como consecuencia que sus diálogos tienden a ser desordenados y en ocasiones comienzan temas que después no concluyen. Esta falta de cohesión produce un efecto de escucha caótica que puede llevar a la saturación.

Sus capítulos tratan sobre temas variados de la actualidad y es, quizás, esta característica lo que ha hecho de este producto uno de los favoritos por las audiencias en las plataformas. Las temáticas pueden ir desde sexualidad, feminismo, salud y redes sociales, mezclados con noticias de la farándula a lo que se suman

⁷ Se denomina “transmedia” cuando un producto se desarrolla a través de múltiples medios y plataformas de comunicación, ya sea a la misma vez o en diferido. La característica fundamental de los productos transmedia es que parte de los consumidores asume un rol activo en el desarrollo del episodio.

relatos de sus propias experiencias. Esto último reviste al podcast de una autorreferencialidad que nos parece poco interesante y sin matices.

En cuanto a las elecciones estéticas de este producto, consideramos que carece de criterio comunicacional. Un ejemplo de esto es lo exageradamente extenso de la apertura al podcast y, por otro lado, la publicidad locutada por ellas mismas antes de comenzar cada episodio no está bien lograda. Consideramos estas decisiones poco efectivas ya que están dirigidas a la efectividad de la publicidad por encima del interés de su propia audiencia, práctica que se desaconseja incluso en talleres y cursos de podcasting.

Dentro de esta categoría también podemos nombrar a los podcasts Quémese después de escuchar (Federico Fabritzio, Nicolás Ponisio y Victoria Airaldi, 2015 a la fecha) y Un invento sin futuro (Infobae, 2019 - 2020). Estos productos cuentan con un guión más claro y un trabajo de producción más elaborado.

3.1.2. Entrevista: La mente y la duda

Destacamos La mente y la duda, un podcast de Lichi (músico y comunicador) y el Dr. Alejandro Ruiz Díaz (psicólogo). Se trata de un producto argentino (de la ciudad de Rafaela, Santa Fe) que se emitió por primera vez en 2021 y continúa online hasta la fecha. La propuesta de este podcast es embarcarse en la reflexión acerca de la salud mental cuestionando los límites de la locura, el bienestar, el amor, entre otras consideraciones. A lo largo de los más de 20 episodios, recorren temas que van desde la ansiedad, la psicopatía y los trastornos de personalidad hasta las relaciones, la amistad y el dolor. Siempre en una clave cómplice, de intercambio, con soltura y transparencia.

Su originalidad radica en el hecho que se enmarca dentro de la tipología de “entrevista” y al mismo tiempo es un intercambio intergeneracional que parte desde la curiosidad de Lichi, hacia la experiencia de su padre, el Dr. Ruíz Díaz. La

propuesta se hace aún más rica gracias a la simpleza en la forma que tiene el entrevistado para tratar cada tema. Nos parece que es un valor agregado que este tipo de temáticas sean abordadas por personas que están capacitadas, que tienen *expertise* e idoneidad y al mismo tiempo le quitan solemnidad acercando estos temas complejos a la sociedad.

Sin embargo, una de las falencias que encontramos es que no hay pausas en el relato, es decir, una vez que se inicia la charla no existe una instancia sonora que corte con lo monótono de una respuesta que puede resultar extensa. Esto es más necesario aún en aquellos episodios que superan los 30 minutos. Se puede escuchar en Spotify, en zibilia.com y por YouTube.

3.1.3. Documental: Las raras podcast

En esta tipología, elegimos Las raras podcast, un producto oriundo de Chile realizado por Catalina May y Martín Cruz, desde 2016 hasta la fecha. Optamos por este producto en particular no sólo porque es uno de nuestros podcasts preferidos sino porque cuentan con una trayectoria y ha sido multipremiado, entre los cuales se encuentra el Premio Comisión de Derechos Humanos de la Ciudad de México de la 13° Bienal Internacional de Radio de México.

Las raras cuenta con un narrador que ordena el relato y recupera la voz de sus protagonistas, cuenta la historia de personas que luchan por un cambio social y rompen con patrones establecidos, haciendo que la libertad sea el eje de sus relatos. Los temas elegidos son: medioambiente, arte, ciencia, educación, género, amor, maternidad, migración y derechos humanos, entre otros.

La característica que destacamos es el cuidado en su diseño de sonido, ya que cuentan con música original y registran los paisajes sonoros en los lugares

donde ocurren las historias, además trabajan con archivos sonoros, recreaciones y foley⁸.

Estos rasgos se encuentran presentes también en dos podcasts realizados por Anfibia, uno de ellos es *Fugas* (Anfibia Podcast, 2020 - 2022), que rescata historias de huidas de situaciones de encierro, y *Basta chicos* (Anfibia Podcast, 2021) donde, por medio de testimonios rescatados de entrevistas y material de archivo, se reconstruye la historia de vida de Ricardo Fort.

En relación con el guión, consideramos que en *Las raras* está logrado de forma excepcional, puesto que el manejo de los tiempos narrativos genera una sensación, en quien escucha, de estar inmerso en la historia. Y a pesar de que los episodios son extensos no resultan tediosos puesto que los temas y las formas en que estos son contados son originales y dinámicos.

Otro de los aspectos interesantes de *Las raras* podcast es que comenzaron como un producto independiente y autogestionado y, con el pasar de los años, fueron estableciendo alianzas que les permitieron seguir creciendo. Por ejemplo, cuentan con el apoyo de Google, PRX y adonde media y su tercera temporada fue patrocinada por la International Women's Media Foundation. Lo destacable de hacer este tipo de alianzas con organismos y empresas de gran tamaño es que la calidad de sus capítulos no ha ido en detrimento, si no que han sabido mantener el espíritu con que fueron creados.

3.1.4. Ficción: Tripulación Atucha

Dentro de los podcasts de ficción, nos parece pertinente analizar *Tripulación Atucha*. Se trata de una audioserie original de Spotify, escrita y

⁸ Son los denominados “efectos de sala”, es decir aquellos efectos que buscan la recreación de sonidos que por diversos motivos no fueron recogidos al momento de la grabación de la escena.

protagonizada por Martín Garabal, Alexis Moyano y Tamara Kindermann. La misma fue lanzada durante el 2020, cuenta con 8 capítulos de 10 minutos cada uno.

Se trata de una ficción cómica pero con una estética que responde a la Ciencia Ficción con tintes bizarros. Lo interesante de Tripulación Atucha, es que parte de un hecho real de la historia argentina, lo cual provoca un efecto de identificación muy fuerte. El podcast retoma el concepto de “radioteatro” y despliega un ambiente sonoro que se remonta al año 1996 en Argentina, particularmente en el momento histórico cuando el expresidente Carlos S. Menem anunció una misión al espacio. “Todos creyeron que era imposible... pero se equivocaron. Esta es la historia jamás contada de la exploración espacial argentina”, versa el podcast al comenzar.

Más allá de lo entretenido que puede ser la historia en sí misma, se nota la elaboración en detalle del guión, el cual está perfectamente distribuido en los 8 episodios de corta duración. Esto último, lo consideramos como un factor a favor para una “audioserie”, ya que permite escuchar el podcast entero en el mismo día, manteniendo el interés de quien escucha a lo largo de toda la historia. Otro dato que destaca y suma al producto final es la inclusión de invitadas especiales en algunos episodios, esto le da un toque sorpresivo más que interesante.

Lo llamativo de este podcast de ficción es que su punto de partida es un hecho real y este funciona como disparador al humor, ya que ese discurso nunca fue tomado en serio. Esto brinda un plus a la hora de ser escuchado porque llama la atención de cualquier persona que haya vivido ese momento. Por otro lado, se juega también con los estereotipos de clases sociales en nuestro país, algunos de sus personajes representan “al empresario”, “al que pertenece a la clase media”, se completa con “la locutora”, “el capitán Alberto” y su nieto, en donde cada uno cumple con su rol haciendo un paralelismo con la realidad.

3.1.5. Formato a medida: El podcast de Chequeado

A propósito de aquellos podcasts de actualidad que trabajan con un “formato a medida”, traemos a colación El podcast de Chequeado, este producto es de Chequeado⁹ y Posta podcast¹⁰. Hoy por hoy es conducido por Olivia Sohr (socióloga, especializada en comunicación), vio la luz en el año 2022 y sigue vigente hasta la fecha.

Es un espacio de 5 minutos que sale de lunes a viernes, entre las 8:00 y las 9:00 de la mañana (aunque se puede escuchar en cualquier momento). En sus comienzos su contenido tenía más relación con chequeos (analizaban discursos de políticos, empresarios y economistas, los contrastan con datos y concluyen si lo que dijo es verdadero o falso), también con verificaciones de desinformaciones que andan circulando en los medios masivos y redes sociales; e incluso, en algunos casos, consultan a especialistas sobre el tema y traen su voz para dar contexto y datos sobre las noticias de la agenda. En la actualidad el podcast se basa en 5 noticias nacionales e internacionales más una recomendación de algún caso viral en las redes sociales, que puede tener que ver con contenido gracioso, algo tierno, deportes, o series con la idea de generar un feedback con quienes escuchan.

De este podcast en particular, destacamos lo valioso de explicar temas complejos de manera sencilla. Se trata de un producto que busca, y logra, hacer foco en la información concreta y es de corta duración, lo cual le da dinamismo a la vez que responde a preguntas de la coyuntura, intentando alejarse de posiciones dicotómicas. Esto último merece ser destacado porque, a nuestro entender, escapa a la lógica de consumo de las redes sociales ya que hay un claro esfuerzo por informar con datos reales y dismantelar discursos extremistas y fake news que se viralizan una y otra vez en el mundo digital.

⁹ Es una organización no gubernamental, sin fines de lucro, no partidaria, cuya misión es contribuir a mejorar la calidad del debate público para fortalecer el sistema democrático.

¹⁰ Una de las productoras de podcasts más importante de Argentina.

Se puede encontrar en plataformas como: Deezer, Apple podcast, Posta podcast y en el canal de Telegram de Chequeado.

3.2. ¿Me oyen, me escuchan? podcast

Como dijimos anteriormente, la finalidad de este análisis es observar -desde nuestro punto de vista como comunicadoras sociales- cómo y en qué medida han funcionado o no las diferentes elecciones estéticas, de forma y contenido para la realización de un podcast. Desde aquí parten algunas consideraciones que tendremos a la hora de realizar nuestro objeto de creación, a las que le sumamos los datos que arrojó la estadística realizada en 2020 por Agustín Espada para *Drop de Mic* acerca del consumo de podcast en Argentina.

A propósito de dicha estadística encontramos que entre las temáticas más escuchadas se encuentran: cine y series (44,9%), sociedad y cultura (33,3%), economía y política (23,9%). Otro factor a destacar es que la encuesta muestra que la duración de los podcasts más escuchados en nuestro país es entre los 36 a los 45 minutos (36,62%), siguen los que duran entre una hora o más (21,24%) y en tercer lugar, se encuentran los que se extienden entre 26 y 35 minutos (20%).

Además entre los elementos más valorados a la hora de elegir un podcast se encuentran su descripción, el nombre, el título del episodio, las review y puntuación, como así también le/s conductore/s, el diseño gráfico de portada y los episodios disponibles. Para las encuestadas es importante la calidad del audio, un 11% respondió que es lo más importante, un 60% dijo que es muy importante, y a un 24% les parece medianamente importante, mientras que un 3% consideró que no lo es.

Una vez expuesto el análisis de los casos y algunos resultados que para nosotras se destacan en la encuesta de Drop the Mic pasaremos a dar cuenta acerca de las decisiones que hemos tomado a la hora de pensar, pre-producir, producir, grabar y editar nuestro podcast. A continuación detallaremos las etapas en la creación de un podcast. En primer lugar, realizamos una investigación acerca del tema que trataremos, que se corresponde con la construcción del marco teórico

respecto de las redes sociales (Capítulo 1). Luego, definimos el concepto que implica el armado de una frase que describa la idea detrás del podcast. En tercer lugar, establecimos el formato, es decir, la definición de la forma que va a tener el piloto. En cuarto lugar, comenzamos a trabajar en el guión del piloto, teniendo en cuenta que el objetivo principal fue definir qué de todo el material relevado formaría parte del episodio. Luego llevamos adelante la grabación del piloto. Una vez resuelta esta etapa, procedimos a la postproducción, que tiene vínculo directo con la edición sonora de todos los elementos que reunimos. Por último, llevaremos adelante la presentación del piloto junto a la defensa de la tesis.

Como hemos adelantado, nuestro podcast trata acerca de las influencias de las redes sociales en la comunicación interpersonal y esta temática podría definirse dentro de la categoría “cultura y sociedad”. Cabe destacar que, en el marco de este trabajo de tesina, el objeto de creación (el episodio piloto) se adentra específicamente en el uso que hacen las personas de las redes para luego seguir desarrollando la temática en los episodios futuros. Esta elección no partió sólo de nuestra tendencia particular y profesional, sino que a medida que fuimos avanzando en la investigación, y con la realización de encuestas, percibimos que este tema es de interés para grupos variados de personas, ya sean de diferentes países, edades, profesiones, predilecciones y géneros. Por ende entendemos que tiene un gran potencial como producto cultural.

La tipología elegida es el *Formato a medida*, ya que debido a la sus características (capítulo 2, 2.7) esta opción nos permite tener ciertas libertades creativas para utilizar variados recursos que nos posibilitan tratar temáticas diferentes, incluso dentro de un mismo episodio. La versatilidad que posee este formato favorece a la inclusión del humor, elipsis, ficción, traer voces autorizadas, entre otras variables narrativas que le dan una riqueza al episodio que, posiblemente, no se encuentre en otros formatos.

Nos hemos propuesto crear un piloto que dure entre 20 y 30 minutos, porque consideramos que es un periodo de tiempo razonable para tratar una temática como la nuestra, y al mismo tiempo, el trabajo de producción que tiene implícito es

más factible de realizar que un podcast más extenso. Además de lo dicho, tenemos en cuenta los datos de la encuesta anteriormente descrita, la cual da cuenta de las condiciones de escucha de los podcast en nuestro país, en donde además, la misma se realiza en simultáneo con otra actividad. Específicamente, las encuesta de Drop the Mic expone que un 44,1% lo hace viajando en transporte, un 38% cocinando y un 29,7% haciendo la limpieza. Por lo tanto un podcast de media hora podría ser escuchado en cualquiera de dichas condiciones.

En cuanto al rol del narrador, en este caso se trata de nuestras dos voces a manera de conversación. Elegimos hacerlo de esta manera ya que consideramos que la conversación le da al podcast un cierto dinamismo que no se encuentra en aquellos productos con sólo una voz locutora. Además, esta forma de plantear el episodio, que si bien está guionado, le da lugar a la espontaneidad y lo reviste de frescura entre tanto contenido académico.

Este podcast está realizado en “Estudio Páramo” uno de los mejores espacios para llevarlo adelante. Esta elección nos parece fundamental, ya que consideramos que la calidad del sonido es la base para que le oyente se sienta a gusto. Sin ir más lejos, en la encuesta antes nombrada, un 71% de quienes la respondieron consideran que la calidad de sonido era muy o lo más importante a la hora de elegir un producto. Consideramos que trabajar con profesionales del sonido eleva considerablemente la calidad técnica de nuestro podcast; además al contar con las mejores herramientas nos facilita poder elaborar desde lo creativo.

En cuanto a la elaboración del guión literario, el cual se encuentra en Anexos (Capítulo 6), el desafío era poder plasmar de una manera simple, didáctica, entretenida, conceptos que provienen del campo científico y que puede ser tedioso de escuchar para alguien que no esté familiarizado con la Academia. Esto requirió de un esfuerzo para adaptar estos conceptos a un lenguaje informal, teniendo como herramienta solamente al sonido, lo cual puede ser tanto una ventaja como una desventaja. Entendemos que la ventaja radica en que el sonido puede ser disparador de la imaginación a partir de la creación de universos sonoros sin necesidad de montar una escenografía o una puesta en escena.

Procuramos que la utilización del sonido sea lo más consciente posible, esto quiere decir que tanto los *gags* como la ambientación de ciertas escenas respondan a la toma de posición que adoptamos para tratar la influencias de las redes sociales en las relaciones interpersonales. Además, consideramos que esta riqueza sonora ayuda a sostener la atención a lo largo de todo el episodio y rompe con la monotonía que podría resultar de media hora ininterrumpida de una charla a dos voces.

Este piloto apunta a ser el inicio de lo que, esperamos, tenga futuro más allá de esta instancia. Sin embargo, nos pareció oportuno incluir algunas citas de autores y autoras ya que entendemos que al ser éste un producto de creación para una tesina de grado no podían faltar. Y reviste de formalidad conceptos que desarrollamos en nuestro objeto de creación. Por otro lado, también incluimos voces calificadas de investigadoras que se dedican a estudiar sobre estos temas con la idea de darle al producto un sustento de autoridad calificada. Con Flavia Costa (Doctora en Ciencias Sociales (UBA), investigadora del CONICET, docente y editora) y Valentina Arias (investigadora y docente de la facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo) se trabajó de la siguiente forma: nos contactamos con ellas vía WhatsApp y les consultamos si podían participar de nuestro objeto de creación, ambas catedráticas respondieron afirmativamente. Luego les pedimos que grabaran un audio explicando por un lado, a Flavia Costa que explicara lo que era un algoritmo y su funcionamiento y a Valentina Arias que desarrollara las ideas de Foucault respecto a la normalización. Ambas enviaron los audios, una vez recibidos los editamos y dejamos a disposición del editor para que pudiera realizar su labor.

Para la realización de este podcast llevamos adelante encuestas cortas realizadas por WhatsApp para poder hacernos de un compendio de opiniones de personas al azar, con la idea de poder conseguir testimonios que nos hagan avanzar o cambiar de tema dentro del guión. Estas personas participaron voluntariamente del ejercicio. Lo único que procuramos es que fueran de diferentes edades, profesiones, género, ciudades y países. Sus respuestas nos brindaron una perspectiva general y acotada pero no por eso menos significativa de cómo estaban siendo consideradas las redes sociales por usuaries que no pertenecen al estudio de la Comunicación.

En forma paralela a lo dicho hasta el momento, fuimos armando el guión, la forma en que lo desarrollamos fue, trasladar con conceptos del Marco Teórico que consideramos no podían faltar en el objeto de creación. A partir de allí empezamos a trabajar con la estrategia creativa de *lluvia de ideas* para comenzar a enlazar estos conceptos por medio de algunos recursos como por ejemplo: citas, voces autorizadas, sonidos, gags, los audios de la encuestas, etc. Es así como el guión comenzó a tomar forma y luego de varias semanas de trabajo ininterrumpido logramos alcanzar un resultado que nos satisfizo.

Luego de tener el guión en su versión final, pasamos a la etapa de la grabación, como dijimos antes, elegimos el *Estudio Páramo* para realizar esta tarea. La misma nos llevó 1 jornada de grabación en donde pudimos hacer varias pasadas, jugar con entonaciones, hacer algunas modificaciones, escucharnos, y lograr el producto que estábamos buscando. Llevar adelante esta labor en un estudio, nos permitió contar con el asesoramiento de profesionales del sonido, lo que enriqueció la experiencia.

Debido a que la música que se requiere para un podcast debe ser libre de derechos, optamos por crear música original de apertura y cierre para nuestro producto final. Sin embargo, los tiempos de esta tesina no nos permitió hacer música propia como lo habíamos planeado en un principio. Por lo tanto, este episodio no será publicado hasta no contar con dicha música original.

Para la edición desarrollamos un guión técnico, también adjunto en el Anexo (Capítulo 6), que nos permitió trabajar con mucha agilidad, ya que ordena la información de una forma clara y concisa, es tan así que este tipo de guión hace que podamos ver el contenido sectorizado por recursos (efectos de sonido, ambientación, locución, música, etc.). Editar todo el podcast nos llevó 2 jornadas de estudio. Luego realizamos un testeo, la cual consistió en la escucha del piloto por parte de personas cercanas a las cuales les solicitamos sus devoluciones respecto a sensaciones, pensamientos, críticas y todo tipo de devoluciones. Esta instancia se realizó con el objetivo de contar con otras perspectivas que pudieran aportar al producto final.

Después del análisis de casos que nos sirvió para poder tomar ejemplos tanto a seguir como a evitar, hicimos una descripción del proceso de producción, grabación y edición de nuestro producto de creación. En esta descripción fuimos también dando cuentas acerca de los criterios que seguimos para elaborar “Me oyen, me escuchan”. Si bien la intención de este capítulo es brindar los argumentos por los cuales tomamos las decisiones creativas que tomamos para elaborar nuestro objeto de creación, cabe mencionar la dificultad que ésta tarea entraña ya que, como todo proceso creativo, en ocasiones se hace muy difícil enmarcarlo dentro de una explicación que se acerque a la Academia.

A raíz de lo dicho, recomendamos la lectura de la Bitácora de este trabajo de tesina, ya que en ese formato nos tomamos la libertad de poder expresarnos sin atender a las estructuras académicas que requiere un trabajo de tesis. En esta Bitácora, se encuentra también, la intención de ser una especie de “libro de ruta” en donde no sólo desarrollamos el camino hacia la creación de nuestro podcast, sino que además se vislumbra el proceso que entraña hacer una tesis de grado en conjunto.

3.3. Bitácora

Si bien nosotras compartimos una amistad de hace muchos años e incluso hemos sido compañeras de trabajo en nuestra vida profesional, fue a finales del 2020 cuando comenzamos a barajar la posibilidad de hacer el trabajo de tesina juntas.

Para ese entonces, y antes de hablar seriamente de trabajar en conjunto, Analía tenía en vista hacer una tesina teórica que reflexionara acerca de las redes sociales. Mientras que Priscila tenía en mente hacer una tesis de objeto de creación que, si bien no tenía la idea clara, hacía poco que había terminado un curso de podcast dictado por Tomás Perez Visón, director de Anfibia Podcast. Cuando vimos que podíamos realizar la tesis juntas, pensamos en hacer un podcast acerca de la utilización de las redes sociales.

En un principio, el podcast hablaría acerca de la escalada de violencia que ambas notamos que se daba en las redes, sobre todo en Twitter. Incluso pensamos

nombrar la tesis como “La tesis del odio”. Para esto, solicitamos la asistencia y dirección del profesor Sebastián Touza y Ariel Benasayag, porque entendíamos que eran las personas indicadas para abordar en profundidad la temática que habíamos elegido para nuestro podcast.

En el momento que pudimos poner en palabras nuestras ideas acerca de la tesis y concretar una reunión con ambos docentes, aún estábamos transitando un período de distanciamiento social, preventivo y obligatorio (DISPO) debido a la pandemia por COVID-19. Por este motivo, tuvimos un primer acercamiento entre los 4 por videollamada a principios del mes de marzo del 2021.

La situación en el país, y a nivel personal de cada uno, se fue complejizando a nivel catastrófico y la instancia más dolorosa vino con la noticia del fallecimiento del profesor Touza el 19 de abril del 2021. A este panorama, se le suma una serie de situaciones personales muy difíciles como la pérdida de seres queridos y de fuente de trabajo, todo esto hizo que frenáramos totalmente el trabajo de tesina.

El 5 de julio del 2021, Ariel nos envía un mail a un grupo de tésistas que estábamos bajo la dirección de ambos docentes, en el cual nos anima a tener una reunión para retomar los trabajos de tesis. Dicha reunión se concretó el 14 de julio del 2021, también por videollamada. Este, podría decirse, fue el inicio real de nuestro camino hacia la realización del trabajo de tesina.

A partir de aquí nos empezamos a enfrentar a las dificultades propias de la realización de una tesina. En una primera instancia nos replanteamos el tema a tratar en el podcast, ya no sería la escalada de la violencia en las redes puesto que nos resultaba muy difícil de abarcar, además nuestro interés también había cambiado, y finalmente decidimos que haríamos un podcast acerca del uso de las redes sociales y sus efectos en las formas de relacionarnos entre las personas.

Desde esta instancia a la presentación formal del proyecto de tesis transcurrió un año. En ese tiempo, aunque muy lentamente, ambas nos dedicamos a la lectura del libro *En defensa de la conversación* de Sherry Turkle (2017) y *La cultura de la conectividad* de Jose Van Dijck (2016) y otros autores/as que están pensando la relación entre las personas y las redes sociales, además de algunos artículos acerca

del podcast. También estuvimos escribiendo el proyecto de tesis, al mismo tiempo que Analía rendía sus últimas dos materias.

El proceso de escritura del proyecto de tesis fue tremendamente extenso, se extendió desde julio de 2021 al 28 de septiembre de 2022, fecha en la que hicimos la presentación formal del proyecto de tesis a la Facultad de Ciencias Política y Sociales de la UNCuyo a través de un mail. Proyecto que fue aprobado el martes 8 de noviembre de 2022.

Desde este momento nos abocamos de lleno a la tesis, esto implicó ajustar nuestros horarios e incorporar a nuestra rutina la responsabilidad de llevar a cabo una tesina, incluso destinamos los fines de semana con la idea de lograr presentar el trabajo final a finales de marzo de 2023.

Estos meses de trabajo nos permitió poder debatir e intercambiar ideas ya teniendo una base sólida de teoría sobre todo en redes sociales. Sin embargo no podemos decir lo mismo respecto al podcast, ya que es bastante escasa la información académica que existe sobre el mismo. Lo cual nos dio la pauta que habíamos elegido un buen objeto de creación no sólo para desarrollar este tema sino para continuarlo más allá de esta instancia.

Uno de los inconvenientes que más nos costó superar fue enfrentarnos con la escritura académica, ambas hemos trabajado en medios gráficos, es decir, tenemos el ejercicio de escritura, pero cambiar el chip para que esta sea académica fue dificultoso en un principio. Llevar adelante este ejercicio nos hizo darnos cuenta que tenemos las herramientas para hacerlo.

Entender que la tesis no solo se circunscribe a adquirir y generar conocimiento académico, sino que implica un proceso personal. Creemos que aún más en el caso de estudiantes crónicas como nosotras, implicando un trabajo emocional y psicológico muy fuerte. El hecho de ser dos fue una ventaja y una buena decisión ya que pudimos acompañarnos y resolver de forma práctica y en conjunto, al fin y al cabo nadie se salva en soledad.

Otra de las dificultades fue respecto a la tarea de avanzar con el marco teórico y el guión al mismo tiempo, en varias oportunidades no sabíamos a qué

abocarnos primero, luego, y con la ayuda de nuestro director, eso fue tomando forma hasta que pudimos ir y venir entre el guión y la teoría de manera fluída.

Si bien hacer un trabajo de tesina implica un esfuerzo, tuvo sus momentos agradables y motivantes; empezar a armar el guión, poner en juego la creatividad, ponernos a escuchar podcast, fueron algunas de las partes de máximo disfrute dentro del proceso. Poder encontrarnos desde lo lúdico no tiene precio.

4. Conclusión

Rescatamos en el presente capítulo lo más valioso de cada uno de los capítulos precedentes y algunas apreciaciones de la experiencia en sí misma de realizar el episodio piloto de un podcast. Además, reforzamos lo dicho con algunas conclusiones que se desprenden no sólo de la elaboración de este producto de creación sino también de la investigación sobre redes sociales, apreciaciones que nacen desde nuestro lugar de estudiantes de Comunicación Social en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo.

En el capítulo “El papel de las redes sociales en la cultura de la conectividad” (Capítulo 1) nos propusimos pensar esta nueva dimensión social de la que ahora somos parte como sociedad, la cual se puede entender desde el concepto de cultura de la conectividad de José Van Dijck (2016). Partimos de la descripción del contexto actual en donde gran parte de la actividad humana se desarrolla a partir de la utilización de las nuevas tecnologías. En esta imbricación, entre el mundo *online* y *offline* se van creando nuevas normas que con el paso del tiempo se van instaurando hasta convertirse en leyes y reglamentaciones, generando así una nueva dimensión de lo social, la cual toma rasgos complejos al encontrarse atravesada por la ideología neoliberal.

Dimos cuenta de cómo, en este panorama, la utilización sin ningún tipo de reflexión de las plataformas digitales fomenta lo que Sherry Turkle (2017) explica como “huida de la conversación”. Éste efecto en las personas implica un aumento de ansiedad, depresión, incapacidad para escuchar e incluso no dar debates complejos cuando son necesarios. El objetivo fue acercarse al entendimiento de los discursos

radicalizados, la falta de empatía y de poder considerar cuál es la influencia de las redes sociales en la forma que tenemos las personas de vincularnos hoy en día, sin perder de vista el contexto sociocultural y político general. Compartimos, junto a la autora norteamericana, que la conversación cara a cara es el método más eficiente para revertir los efectos no deseados e inconscientes de la sociabilidad online.

Nos parece fundamental poner atención en la tecnología, y en particular en las redes sociales, ya que es imposible pensar en un mundo sin éstas herramientas que, paradójicamente, fueron creadas para hacernos la vida más fácil. La pregunta es, si sabemos que la tecnología es una creación humana, por qué no pensarla teniendo en cuenta nuestras fragilidades y reflexionar acerca de cuál es la forma más conveniente de su utilización en la sociedad. Es preciso apropiarse y, al mismo tiempo, pensar en el juego que las plataformas proponen con la premisa de crear sentido para la construcción colectiva más allá del principio de popularidad y la individualidad que entraña el funcionamiento de las redes. Entendiendo que nadie se salva en soledad, que es en la construcción de comunidad y en la conversación cara a cara en donde se encuentra el bienestar (emocional y físico) de la población en general.

Teniendo en cuenta lo dicho, consideramos que vehicular esta información a través de un podcast nos brinda la posibilidad de ejercitar la escucha, y al mismo tiempo es una alternativa a la estimulación constante de la imagen con la que funcionan la mayoría de las plataformas digitales. Es por ello que en “El podcast. Nace un nuevo medio” (Capítulo 2) nos pareció pertinente partir de la serie de avances tecnológicos que dieron origen al podcast. Haciendo pie en la radio la cual tuvo su época de oro entre el período de los años 50 y 60, y hoy por hoy sigue vigente e incluso conviviendo con otras innovaciones. Otro de los avances fundamentales fueron los blogs ya que los desarrollos tecnológicos que lo complejizaron permitieron la inclusión del sonido en el mundo digital, lo cual dio paso al podcast.

Además, nos embarcamos en la búsqueda de tipologías de podcast, con la finalidad de utilizar estos modelos como herramientas que nos permitieron comenzar a determinar la forma de nuestro objeto de creación. A su vez, en base a dicha tipologización, analizamos casos concretos de podcast en donde descubrimos estrategias estéticas y de forma para el abordaje de nuestro tema en particular. Así mismo, tuvimos en cuenta algunas encuestas realizadas tanto en nuestro país como a nivel internacional que reflejaron datos específicos respecto a cuáles eran las características más favorables para su consumo.

Dedicamos parte del desarrollo teórico de esta tesina a la historia del podcast en Argentina porque nos parece de vital importancia entender cómo se desarrolla este medio en nuestro país. Puesto que por un lado, lo consideramos una fuente de trabajo para quienes nos dedicamos a la comunicación y por otro, porque nos preocupa que la carrera de Comunicación Social de nuestra Facultad no aborde el podcast con mayor profundidad como lo hace con los medios tradicionales.

En ese sentido, es importante el compromiso de las instituciones educativas en la problematización y educación respecto al podcast. No sólo por ser un nuevo medio de comunicación sino porque, hasta el momento, es una vía laboral factible sobre todo para aquellos estudiantes o profesionales que no encuentran espacio en los medios masivos de comunicación tradicionales. Con esto queremos decir que consideramos que la carrera de Comunicación Social tiene una oportunidad histórica, y si se quiere la obligación, de brindar las herramientas necesarias para desenvolverse en un mercado en constante cambio, en donde ser un trabajador en relación de dependencia, ya no es la única opción.

Consideramos también que es imposible pensar nuestra realidad sin las plataformas y que es cada vez más notorio que en éstas se construyen sentido a nivel social. Lo preocupante de este proceso es que las instituciones en general, y las educación en particular, no pugnan por la construcción del sentido con la diligencia y la efectividad que, entendemos, se requiere. No se trata de ir en contra de las dinámicas de las plataformas, sino poder encontrar un camino con ellas o a través de

ellas, para construir otros sentidos que se disputen en la arena social, intentando vencer las burbujas de la información “algorítmicas” e “institucionales”.

5.Referencias bibliográficas

- Buzzsprout (2020). *Podcast Statistics and Data*.
www.buzzsprout.com/blog/podcast-statistics
- Espada, A. (2018). Nuevos modelos radiofónicos: las redes de podcast en Argentina: producción, distribución y comercialización de la radio on demand. Repositorio institucional de la UNLP. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/72151>
- Espada, A. (2020). Consumo de podcast en Argentina. Encuesta 2020. Drop the mic <https://agustinespada.files.wordpress.com/2020/05/consumo-de-podcast-en-argentina-2020-drop-the-mic-agustin-espada-alejandra-torres.pdf>
- Espada, A. (2020). Podcast. Por qué hoy se convirtió en un verdadero negocio mundial. *Diario La Nación*.
<https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/podcast-por-que-hoy-se-convirtio-verdadero-nid2419239/>
- Fernández de Velasco, R. A. (2008). *El podcast como medio de comunicación: caracterización del podcast independiente y adopción por las cadenas de radio /* Tesis (trabajo doctoral). Universidad Rey Juan Carlos.
- García-Marín, D. (2018). La radio en pijama. Origen, evolución y ecosistema del podcasting español.
<https://docs.google.com/document/d/13pm4fF9j4NrPvqTL4KQ3OD1vKMUPL0e9Cwr9dNql1YU/edit>
- García-Marín, D. (2018). Tesis Doctoral. Homo Comunicans. Cartografía y Gramática de la participación en el transcasting. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Manovich, L. (2001). El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital.

- Ministerio de Cultura de la Nación Argentina (2020). Día Nacional de la radio: a 100 años de una aventura de locos"<https://www.cultura.gob.ar/nuestra-radio-cumple-100-anos-9413/>
- Pariser, E. (2011). *Charla TED: Cuidado con la “burbuja de filtro” en la red.* <https://www.youtube.com/watch?v=B8ofWfx525s>
- Perez Vizzon, T. (2020). Clínica de podcast, guión sonoro.
- Rodríguez, Pablo. (2018). Gubernamentalidad algorítmica. Sobre las formas de subjetivación en la sociedad de los metadatos. *Revista Barda*. N°6 (14-35).
- Turkle, S. (2017). En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital. *Ático de los libros*.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad, una historia crítica de las redes sociales.* Siglo Veintiuno Editores.

6.Anexos

6.1. Guión literario

Guión - Podcast: “¿Me oyen, me escuchan?”

Fx: *Audio de “me oyen, me escuchan de Thalia*

Fx: *En tono locutora, presentación formal* - Texto: ¿Me oyen, me escuchan? El único podcast de sociedad y cultura que vale la pena.

Fx: *Canción de “me oyen, me escuchan” *

Fx: *audios de las entrevistas, 3 voces: *

- Salí con un pibe y estuvo toda la cita con su celu
- Tuve una reunión con mi jefe y nunca me miró a la cara por estar con el celular
- Mi novio está todo el tiempo con el celu y no hablamos

Empieza diálogo entre las conductoras

- A veces sucede que estamos mucho tiempo en el teléfono porque muchas de nuestras prácticas sociales pasan por ahí.
- Cómo saludar a una amiga por el cumple, buscar alquiler, o tratar de levantarte a alguien por las redes.
- Cambia, todo cambia, y ahora muchas de nuestras actividades se dan a través de las pantallas.

- Y esto no es necesariamente malo o negativo... o sí...
- Nos llama la atención el uso que hacemos de las redes sociales y qué efectos tiene en nuestros sentimientos, en nuestras relaciones con otras personas, en la manera de entender la política y la vida en sociedad...
- Hola, soy...,
- Hola soy ... y así arranca el primer capítulo de este podcast que nació para preguntarse si las RRSS pueden hacer aún más miserables nuestras vidas

FX: *audio del audio de TikTok “ojalá me lleve el diablo” *

- No te lleva el diablo pero si se nos va tecnificando la vida FX: *en la frase “tecnificación de la vida” usar la voz de robot*. De esto habla Flavia Costa, doctora en CS, docente universitaria e investigadora del CONICET, cuando resalta que con la automatización de los procesos productivos, el incremento de la mediatización de las relaciones sociales, la creación acelerada de dispositivos de transmisión de informaciones, se mapean y diagraman nuestras emociones con la ayuda de la Inteligencia Artificial, entre otras cosas.
- Y esto no es tan malo... o sí... pero primero ubiquémonos en el mapa, y esta vez, sin ayuda de Google maps. *FX: sonido tecnológicos-robóticos (desde aquí, continúa en el audio de Flavia Costa y hasta ahí* Empecemos por saber qué es un algoritmo y cómo funciona.

[audio de Flavia Costa contando qué es un algoritmo y qué hace]

- Y ya que estamos hablando de Google Maps, usemos esta aplicación como ejemplo para entender lo que explicaba Flavia

Costa. Con esta aplicación podemos ir de un lugar a otro gracias a las indicaciones que nos brinda, esto la convierte en una herramienta muy útil, pero su uso trae implícito la consecuencia que, con la utilización de la aplicación, en la web queda registrado la información sobre los lugares a los que frecuentamos, la hora e incluso el medio de movilidad que usamos. Esa data no anda por ahí suelta, sino que -con la idea de hacer más eficiente las herramientas digitales- esta info se cruza con, por ejemplo, los perfiles de Spotify y así, de pronto, entre las sugerencias musicales podría aparecer listas para escuchar viajando o algo similar.

- Es que los algoritmos están en todas partes, sí, TODAS partes. Y como no podría ser de otra manera también están en las redes sociales. En 2013, un equipo liderado por el psicólogo polaco Michal Kosinski, demostró que, sobre la base de un promedio de *FX: Sonido de notificación de MG de FB* 68 “me gusta” de un usuario de FaceBook, era posible predecir su color de piel, género, orientación sexual y filiación política. También podían determinarse su coeficiente intelectual, su religión, si usaba drogas o alcohol e incluso si sus mapadres se habían separado.
- Imaginate que con FX: *Sonido de notificación del MG de FB* 68 me gusta pueden sacarte así la ficha, con 15 años de usar FaceBook, suponiendo que nos hicimos un usuario apenas arrancó, todo lo que saben de nosotres! Las plataformas FX: *Sonido de succión-aspiradora* van extrayendo datos de nuestra actividad en la redes sociales y a partir de esta van perfilando (o sea van definiendo tipos de perfiles de usuaries) que luego venden a las empresas para que estas puedan publicitar a posibles clientes. Entrando así en una lógica de consumo.
- FX: *sonido de monedas cayendo*

- Un ejemplo bastante común de esto, resulta de esas situaciones en la que después de hablar (por teléfono o en persona) con alguien acerca de un viaje, al abrir las redes o el buscador, te aparecen publicidades de hoteles del lugar que acabas de mencionar.
- Pero el problema no es solamente que tus datos se puedan comprar y vender, sino que actualmente hay un montón más de información personal dando vueltas en la web. Cuando decimos un montón, es un montón en serio. En 2015 el académico alemán Martín Hilbert, experto en big data y asesor informático en la biblioteca del Congreso de los EEUU, actualizó los datos respecto de la cantidad de información digital y digitalizada disponible en el mundo, y contó que si pasamos esa información a papel, podríamos hacer 4.500 pilas de libros que lleguen hasta el sol. *FX: “Whaaat” horseman bojack* Desde 2015 hasta hoy, quién sabe cuántas pilas más se habrán agregado.
- Y encima estamos dando toda esa información gratis. Con esto lo que queremos resaltar es que estás trabajando sin ninguna remuneración para mega multi empresarios. FX: audio Moria -*sonido Moria diciendo quiénes son, de qué viven* No sólo escuchan o ven a qué clase de comentarios le damos el like, sino que está disponible la información respecto a qué hora te levantás todos los días, cuándo menstruas (si es que lo hacés), o qué le pasa a tu planta que se puso amarilla.
- FX: *audio de Los Simpson:* “Alguien quiere pensar en los niños?”
- Si el hecho de saber que una cantidad infinita de datos tuyos está disponible para cualquiera que quiera y pueda comprarla, no te parece razón suficiente para angustiarte, hacés bien. Porque la idea de este podcast es hacer que conozcas efectivamente cómo

funcionan las aplicaciones que utilizás y que con esta info puedas hacer un uso más consciente, más sano de tus dispositivos. Así como ahora sabemos que muchos de los alimentos que nos tientan no nos nutren, y por ende podemos elegir si los consumimos o no, lo mismo puede suceder con la tecnología.

- Como usuaries, lo interesante de conocer cómo manejan la información las redes sociales, es que el hecho de saber que la interacción que tenemos con nuestras amistades en la vida online, produce un valor para los dueños de las plataformas y esto, seguramente, te va a hacer preguntarte algunas cosas. Quizás: ¿Qué ganan los propietarios de las apps con nuestra info? ¿Es solo una cuestión de generar ganancias? ¿Cuál es la letra chica de las RRSS?
- FX: *Sonido de foto, ambiente de juntada, cumpleaños* La idea de documentar las juntadas, los cumpleaños, e incluso los “momentos de desconexión” paulatinamente se fue convirtiendo en parte de la “rutina”... y en el peor de los casos en “un deber”. Y ahí es cuando se instala un hábito respecto a una nueva forma de conectar entre las personas. Entonces, la línea que separa la costumbre de la obligación y la necesidad, se vuelve muy pero muy delgada.
- Es por esto que prestar atención a los acuerdos que ahora mismo estamos creando mientras interactuamos con y en las redes sociales, es fundamental. Sobre todo si comprendemos que en base a estas normas se escribirán las leyes que más tarde regularán nuestra vida digital y offline.
- Sin querer queriendo estamos jugando un juego sin conocer la totalidad de sus reglas.
- FX: “Oye, oye, despacio cerebritito” Jefe Gorgory - Los Simpsons

- Para entender cómo es que nuestras actividades cotidianas se transforman en normas y leyes, la docente e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo, Valentina Arias nos los explica a través de las ideas de Michael Foucault, *FX: Voz de Google “y si no saben quién es Foucault busquen en Google”* *FX: [audio de la Valen, contando brevemente quién es Foucault y cuál es su concepto de “normas” y por qué es importante tenerlo claro]*. FX (Dentro del audio de Valen)* “quiero las máquinas funcionando las 24 hs.” - La casa de papel*

- Con esto, lo que estamos diciendo es que las normas vendrían a ser como la materia prima de las leyes. Esto tiene mucha relación con los efectos que generan las redes en nuestro día a día. Por ejemplo, desde la invención del teléfono se estableció la norma de que cuando el teléfono suena FX: *teléfono viejo sonando* se supone que uno debe atender, porque podría ser una emergencia. Esta norma se transformó en “regla”. Así, en la actualidad, esta regla, que hoy se traduce en tomar el celu con cada notificación FX: *muchos sonidos diferentes de notificaciones*, interfiere en momentos importantes como en una cena familiar o con amigos, un velorio, las horas de sueño, una clase. FX: *aumentar la cantidad de sonidos de notificaciones*

- ¿Podés poner el teléfono en silencio, por favor?

- Perdón...

- Pero el carácter de “emergencia” que revestía las llamadas telefónicas de antaño, hoy persisten incluso cuando no se trata de

una. Así, un “acontecimiento importante” podría ser desde un terremoto hasta un mensaje en una aplicación de citas. Esta forma de concebir la vida como una serie de emergencias empieza a modificar nuestra “atención” del aquí y ahora, que es lo que nos mantiene en estado de “presente”, conectados con nosotros mismos. Ahora, como diría el profesor e investigador, Sebastian Touza las notificaciones definen un ritmo: el estar pendiente. Algo sucederá y será notificado.

- [Audio Seba Touza]

- Y una vez notificado, la respuesta se impone como inmediata. Y es justamente esta “urgencia” FX: *alarmas sonando* de la que se valen los dispositivos para captar nuestra atención, que es siempre fragmentada, siempre sedienta de la novedad. FX: *Música de noticiero* El problema de permanecer en estado de “emergencia”, hace que pensemos que los acontecimientos que tienen una larga historia social y política, como por ejemplo derrames de petróleo o condiciones climáticas extremas son “inusuales”, “hechos aislados”, es decir, “urgentes”.

- FX: *Noticias de fondo acompañando el texto* Se descontextualizan estos eventos y se invisibilizan las causas, políticas, económicas, históricas y culturales que le han dado origen. Y, justamente, como es una “emergencia” tenés que prestarle atención inmediatamente y actuar rápido. Esto quiere decir que no hay lugar para análisis o reflexiones, nos quedan acciones de corto alcance como donar dinero a las causas de Santi Maratea o hacernos eco de la noticia en nuestras redes. Que, si bien estas acciones no son del todo inútiles, tampoco son transformadoras. No son acciones que generen un cambio de base.

Fx: *Sonido de casetera*

Fx: *Respuesta a: ¿creés que las redes son importantes, para qué?*

“Me informo, encontré a mi perro, me reencontré con amigos de la secundaria.”

Fx: Sonido de fin de casetera

- Hoy las redes sociales influyen en nuestra existencia constantemente, cada usuario utiliza redes diferentes y de maneras diferentes, pero es real que hoy marcan la tendencia de cómo vestirse, qué comemos, cómo nos informamos, a quién votamos, y muchas otras acciones de la vida cotidiana. La psicóloga e investigadora estadounidense Sherry Turkle va más allá y dice que las redes están modificando nuestra manera de ser.

Fx: Sonido de casetera

FX: *colocamos las fracciones de audio de 4 - ¿Te has puesto a ver alguna red social mientras hacías otra cosa? Si lo has hecho ¿qué hacés mientras ves algo en las redes sociales?*

Fx: Sonido de fin de casetera

- Que loco cómo las redes llegan a tener esta influencia... ¡Nos encanta estar en el celu!
- Tal vez sea porque la tecnología, y en particular las RRSS, entendieron perfectamente el mecanismo de novedad por el cual funciona nuestro cerebro. Lo que intento decir es que naturalmente nuestra cabecita está diseñada para sentir satisfacción ante la estimulación constante y las RRSS se benefician de esto.

- Esto no quiere decir que somos “adictos a nuestros teléfonos” porque tenemos una debilidad personal. Sino que reaccionamos de forma previsible a un diseño perfectamente ejecutado. Es más, este mecanismo funciona mejor si una persona no se siente obligada a compartir en redes sino que lo disfruta y de esta manera aporta al sistema “datos reales”.
- Entender que existe una adicción a los celulares individualiza el problema. Al pensar que es algo que nos pasa a solo a nosotros, nos aísla como si se tratara de un problema personal cuando en realidad es social y político. Para resumir, no nos deja ver el bosque y nos debilita para pensarnos y tomar acciones en forma conjunta.

Fx: Sonido de casetera

FX: respuestas de la pregunta: 5 - ¿Creés que las redes sociales usan la información que publicás? Si creés que sí, ¿Qué creés que hacen las redes sociales con la información que publicás? (todos dicen comprar)

Fx: Sonido de fin de casetera

- Es verdad que el algoritmo tiene una misión, y la cumple muy bien: perfilar y personalizar. Esto implica que te brinda lo que a vos te gusta, te acerca a productos que posiblemente comprarías pero además, tiene otros propósitos. El riesgo de la hiper personalización es acabar metidos en una *Fx: sonido de burbujas* burbuja en la que sólo conozcamos los productos, personas e ideas acordes a lo que el algoritmo cree que es nuestra forma de pensar *FX: dejar sonar un poquito más el Fx de burbujas*.

- El escritor Eli Pariser, que también es activista de DDHH y empresario *FX: woow*, sostiene que los flujos de datos de los medios sociales tienden a concentrarse en "burbujas de filtrado". Esto sería que las personas quedan "atrapadas" en los flujos de contenido filtrados por las grandes plataformas, por lo que todos terminan viendo la misma información, *FX: Homero diciendo "aburrido"* comprando los mismos productos y viendo los mismos videos de gatites." FX: *maullido *

FX: música clásica antes-durante y dp de la pastilla

FX: (pastilla): "La tiranía más perfecta no es aquella que utiliza la fuerza para asegurar la uniformidad, sino la que elimina la conciencia de la existencia de otras posibilidades. Allan Bloom, filósofo".

- Sherry Turkle, en su libro "En defensa de la conversación" lo explica con manzanas dice que parece que nuestros celulares nos conceden tres deseos, como si fueran el genio de Aladín:

El primero, que siempre vamos a ser escuchados; FX: *Sonido de varita mágica*

El segundo, que siempre podremos centrar nuestra atención en lo que nos interesa; FX: *Sonido de varita mágica*

Y el tercero, que nunca estaremos en soledad. La concesión de estos tres deseos implica otra recompensa: que jamás nos vamos a aburrir. FX: *Sonido celestial*

- Al mismo tiempo, al conseguir de las redes satisfacción por lo que encontramos en ellas, hace que cada vez las consumas con más frecuencia, y disponibilidad. Y es aquí en donde el mundo on line, muchas veces, comienza a tomar preponderancia sobre el mundo off line. Lo que está en juego acá es que dejamos de estar al mando de nosotres mismos y por ende perdemos las herramientas para formarnos como ciudadanos. Una vez más la respuesta no es individual sino colectiva.

- Y esto que decís tiene mucho que ver con lo que José Van Dijck, que es una investigadora holandesa, llama “normalización”, ella la describe como algo que en mayor medida sucede de manera imperceptible, a través de transformaciones graduales en los hábitos del usuario y la modificación de sus niveles de aceptación. Por ejemplo: en la época de los teléfonos fijos, era visto como mala educación si alguien llamaba en la hora de siesta *FX: sonido ronquido y teléfono viejo*, hoy estamos habituados a que suenen, no uno, sino varios celulares en cualquier horario, desconectándonos de lo que estábamos haciendo. Por otra parte, estas normas son difusas y tienen efectos muy diversos entre los usuarios, en particular entre distintas generaciones.

- Otros de los efectos colaterales de recibir notificaciones permanentemente es que forzamos a nuestra mente a estar en varias cosas a la vez. Esto, hoy por hoy, está socialmente aceptado pero deberíamos tener en cuenta que estas acciones también nos estresan. La vida en modo multitareas, tiene como consecuencia vivir en un estado de alerta continua y vigilancia.

FX: Música clásica antes, durante y después de la pastilla

Fx: (pastilla) “Ocuparnos con frecuencia de diversas tareas a la vez se

asocia con depresión, ansiedad social y dificultades para interpretar las emociones humanas. Sherry Turkle”

- Es que la multitarea fomenta la brevedad y la simplicidad, lo que sucede es que a veces se necesita mayor profundidad y complejidad. Cuando nos enfrentamos a situaciones o conversaciones que son más demandantes, y las afrontamos con un cerebro acostumbrado al multitasking, sólo seremos capaces de pensar y dar debates muy rudimentarios.
- Encarar todas las conversaciones en modo multitarea hace daño porque limita el tiempo que se necesita para poder conectar con quien estamos hablando, es decir, condiciona la posibilidad de generar empatía. Las emociones propias y ajenas requieren tiempo y atención y si una de las partes no está dispuesta a verlo de esa manera, produce daño, y ese daño es contagioso.
- (FX: sonido de bar durante todo el párrafo) Ponele, si estoy en un bar, y la persona con la que estoy de birra no deja de mirar el teléfono y me contesta con monosílabos, me va a hacer pensar que soy aburrida, que no quiere estar en ese momento conmigo. En este tipo de situaciones se rompe el pacto implícito del diálogo y esto genera un distanciamiento entre las personas. Lo riesgoso de esto, es que si este comportamiento se vuelve norma, FX: “Houston tenemos un problema”.
- Es más, el no estar presentes en las conversaciones no está muy lejos de ser una norma. Un ejemplo claro de esto se desprende de las investigaciones de Sherry Turkle respecto a los cursos educativos online en donde descubre que les estudiantes pueden aprender

información nueva pero no saber qué hacer con ella ni cómo interpretarla; a diferencia de las clases presenciales.

- FX: *sonido de aula* (durante todo el párrafo) En las clases presenciales lo que sucede es que cuando tenemos a una persona al frente de un aula, la vemos pensar y hablar y en ese proceso se cuelean una serie de actos involuntarios -como el lenguaje no verbal-. En esa espontaneidad es donde surgen las emociones y sentimientos, y es precisamente éste factor lo que permite aprender, comprender y recordar las ideas de un modo que tengan significado.

Fx: Audio x 2 - es la locución que viene después de “pará bajale la velocidad”, pero con el audio acelerado. texto: “Algo similar ocurre cuando aceleramos la velocidad al reproducir un mensaje de audio de Whatsapp o Telegram. Porque es en las pausas, los silencios y los matices en donde se encuentra la riqueza del mensaje.

Pretendiendo que todo sea dicho rápido, lo que estamos haciendo es exigirnos y exigir al otro respuestas inmediatas, por la tanto también reducimos la profundidad de nuestras comunicaciones y las simplificamos. Sin importar de qué estemos hablando.”

Pará, bajale la velocidad que no entiendo nada

- Decía, algo similar ocurre cuando aceleramos la velocidad al reproducir un mensaje de audio de Whatsapp o Telegram. Porque es en las pausas, los silencios y los matices en donde se encuentra la riqueza del mensaje. Pretendiendo que todo sea dicho rápido, lo que estamos haciendo es exigirnos y exigir al otro respuestas inmediatas, por la tanto también reducimos la profundidad de nuestras comunicaciones y las simplificamos. Sin importar de qué estemos hablando.

- Esto hace que se comience a resquebrajar el proceso comunicativo que dota de sentido la conversación y la vuelve “completa”, es lo que hace que una charla cara a cara nos “nutra” mucho más allá de la información que se está intercambiando.
- Los “corazones” que recibimos en Instagram y los “me gusta” *FX: sonido de MG de FB* no es amor. No es amor, es el “principio de popularidad” del que habla Van Dijck. O sea, cada corazón, cada me gusta, forma parte de un sistema de puntuación que señala si lo que se manifiesta en las redes es interesante o no.
- En la medida en la que nos entregamos a las redes sociales sin cuestionamientos algunos, o elegimos fingir demencia *FX: Sonido de reloj Cucú* y subestimar la manipulación de nuestros datos personales, estaremos cediendo nuestra capacidad para tomar decisiones. Decisiones que si bien ahora pueden parecer “pequeñas” o “inútiles”, más tarde podrían convertirse en aquello que nos salve de ser presas fáciles de leyes que atenten contra nuestra privacidad o incluso, poder elegir sin miedo a manipulaciones a quiénes queremos que nos representen políticamente.
- Si bien, como decíamos anteriormente, está fascinación que tenemos por las redes no es porque seamos personas débiles, adictas a ellas, sino porque el diseño tecnológico se aprovechó de la predilección que tiene nuestro cerebro hacia lo que aparece como novedoso y fácil, aún así, somos personas con capacidad de discernimiento y aún estamos a tiempo de torcer el curso de lo que parece inevitable.

- ¿Vos decís!?
- Y... ¡elijo creer! En ese sentido Sherry Turkle propone “vías de escape”FX: escape de caricatura*. Por ejemplo, plantea que podríamos exigir como usuarios que el diseño de tecnologías tenga en cuenta nuestras vulnerabilidades, sin necesidad de ir en detrimento de las conversaciones cara a cara y de todo lo que implica perderlas.
- Incluso en las entrevistas que hicimos previo a este podcast a personas de nuestro entorno, muchos dijeron que están poniéndose de acuerdo con sus amigos y familia para no estar todo el tiempo en el teléfono. Son momentos innegociables en los que conscientemente se opta por apagar los dispositivos electrónicos o dejarlos fuera del alcance e intentar mantener una conversación cara a cara de temas profundos.
- Otra de las estrategias de la autora norteamericana es la de pensar en “la unitarea como el nuevo gran avance”. Esto quizás lo habrás escuchado antes en las clases de yoga *FX sonidos de cuencos tibetanos* como el “estar aquí y ahora”, es decir, cuando te sea posible, concentrarse solamente en una sola tarea por vez. Y una vez que termines, pasás a lo siguiente y así...
- Todas estas estrategias son sólo eso, y siguen respondiendo a una lógica de emergencias, son como parches.
- Ni vos, ni nosotras, ni los autores que están pensando lo que está sucediendo con el big data o la Inteligencia Artificial y nuestras vidas saben a ciencia cierta qué es lo que va a pasar, pero en medio de tanta incertidumbre hay algo que se hace ineludible y es que

“necesitamos charlar acerca de estas cosas” porque si no hablamos de esto ¿cómo vamos a tomar decisiones?

- Y siempre está la posibilidad de ir a la montaña y vivir de la huerta
- FX: Nadal “vivo del aire, del sol...”
- Pará, antes que salgas a hacer dedo a la ruta, insistamos en esta charla, reflexionemos sobre el uso y la importancia que le damos a las redes sociales y tratemos de decidir qué tipo de camino queremos transitar como sociedad.
- Sin ir más lejos, este año, es un año electoral en Argentina y quizás aún estamos a tiempo de preguntarnos ¿Cómo influyen las redes sociales en la democracia?
- FX: *Canción “me oyen me escuchan” hasta el final de la locución*
- En el próximo episodio hablaremos de esto y trataremos de descubrir en qué clase de ciudadanos nos estamos transformando los argentinos.
- Y como de contradicciones estamos hechas, seguinos en Instagram, me gusté y compartí todo lo que subamos...
- Y nos vamos porque ya está durando mucho este episodio y se les va la atención a nuestros oyentes.
- FIN - Audio Thalia

6.2. Guión técnico

Guión técnico - Me oyen, me escuchan Episodio: piloto

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
00 - 0.07		Thalia “¿están ahí mis vidas, están ahí?” hasta “Me oyen, me escuchan”			https://drive.google.com/file/d/1aeCRGkOLpFOcSYI-TGcj8ODWuCGWOMT0/view?usp=share_link
0.8 - 0.13	¿Me oyen, me escuchan? El único podcast de sociedad y cultura que vale la pena.				En tono locutora
0.13 - 0.26		Canción de “Me oyen, me escuchan”			
0.26 - 0.27				Sonido de cassette	https://drive.google.com/file/d/17UyoFBAsYUJITjXM8ZUtLDkYwYQCdT

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
					nx/view?usp=share_link
0.27 - 0.45	Audio 1: salí con un pibe que estuvo mirando su celu todo el tiempo				https://drive.google.com/file/d/1Aqzadi_ZA-EHu6FWuegeNs2TTPmHm18/view?usp=share_link
0.46 - 0.47				Sonido de cassette	https://drive.google.com/file/d/17UyoFBAsYUJITjXM8ZUtLDkYwYQCdTnx/view?usp=share_link
00.47 - 00.53	Audio 2: Tuve una reunión con mi jefe y nunca me miró a la cara				https://drive.google.com/file/d/1KWdsWxjhVoQ0bs5YTz3x6DI4H52bjTlq/view?usp=share_link
00.53 - 00.54				sonido de cassette	https://drive.google.com/file/d/17UyoFBAsYUJITjXM8ZUtLDkYwYQCdTnx/view?usp=share_link
00.55 - 00.58	Audio 3: Mi novia está todo el tiempo en el celular y no hablamos				https://drive.google.com/file/d/1x15S8RM5EHesElgRQ7E2ga9VxLEwFo1N/view?usp=share_link

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
00.58 - 00.59				sonido de fin del cassette	https://drive.google.com/file/d/1tddt_4L6cFdHrW7kq5nBA1w9UrZf4BKp/view?usp=share_link
01.00 - 01.06	A veces sucede que estamos mucho tiempo (...) nuestras prácticas sociales pasan por ahí.				
01.06 - 01.12	Cómo saludar a una amiga por el cumple, (...) levantarte a alguien por las redes.				
01.12 - 01.17	Cambia, todo cambia (...) a través de las pantallas.				
01.17 - 01.22	Y esto no es necesariamente malo o negativo... o sí...				
01.22 - 01.33	Nos llama la atención (...) la manera de entender la política y la				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	vida en sociedad...				
01.34 - 01.35	Hola, soy...				
01.36 - 01.45	Hola soy ... y así arranca (...) aún más miserables nuestras vidas				
01.45 - 01.53				Audio: Ojalá me lleve el diablo de TikTok.	https://drive.google.com/file/d/14UEBB2i9KQf-1E_5BDxox5bu476-5pTh/view?usp=share_link
01.54 - 02.26	No te lleva el diablo pero si se nos va tecnificando la vida (...) se mapean y diagraman nuestras emociones con la ayuda de la Inteligencia Artificial, entre otras cosas.			En la frase "tecnificando la vida" usar voz de robot.	
02.27 - 02.37	Y esto no es tan malo... o sí... (...) Empecemos por saber qué es un				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	algoritmo y qué hacen.				
02.38 - 04.35	Audio de Flavia Costa contando qué es un algoritmo y qué hace.			FX: sonido tecnológico s- robóticos (desde aquí, continúa en el audio de Flavia Costa y hasta ahí	https://drive.google.com/file/d/1s3HHVchNzBcHKxI3L_ZEMGOYNaRxVxNI/view?usp=share_link Sonido de computadora: https://drive.google.com/file/d/1t6ktyX7Omi9MxfL9OM3rF3ucMDEcGxuc/view?usp=share_link
04.36 - 05.26	Para poner todo esto en un ejemplo, pensemos en Google Maps (...) para escuchar viajando o algo similar.				
05.26 - 06.00	Porque los algoritmos están en todas partes, sí, TODAS partes (...) si usaba drogas o alcohol e incluso si sus mapadres se habían separado.				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
06.00 - 06.31	Imaginate que con 68 me gusta pueden sacarte así la ficha (...) Las plataformas van extrayendo datos de nuestra actividad en las redes sociales y a partir de esta van perfilando. Entrando así en una lógica de consumo.			FX: Sonido de notificación del MG de FB Cuando dice "las plataformas van extrayendo" FX de succión-aspiradora	Sonido de "Me gusta": https://drive.google.com/file/d/1zDIZoA2mgSj8X6rcoex0izTpD9tFFVrg/view?usp=share_link Sonido de aspiradora: https://drive.google.com/file/d/1CQ5V2XoJ5lrxqupAnCIV28RPECLDmwwg/view?usp=share_link
06.31 - 06.33				Sonido de monedas	https://drive.google.com/file/d/1nUw_MW4KxJbdMwIBorvoYpTQVa0m8i4r/view?usp=share_link
06.34 -	Un ejemplo, bastante				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
06.48	común de esto (...) te aparecen publicidades de hoteles del lugar que acabas de mencionar.				
06.49 - 07.35	Pero el problema no es solamente que tus datos se puedan comprar y vender (...) si pasamos esa información a papel, podríamos hacer 4.500 pilas de libros que lleguen hasta el sol. Desde 2015 hasta hoy, quién sabe cuántas pilas más se habrán agregado.			Después de la frase "4.500 pilas de libros que lleguen hasta el sol" Colocar: "Whaaat" de Horseman Bojack.	https://drive.google.com/file/d/1s6oMwJa1FHK7yx1NmQYHLfsMX7iNh4LS/view?usp=share_link
07.36 - 08.03	Y encima estamos dando toda esa información gratis (...) sin ninguna remuneración para mega multi empresarios. (...) o qué le pasa a tu			Después de la frase "sin ninguna remuneración para mega multi empresarios"	https://drive.google.com/file/d/1y7vS6XndI_YnXIOJsWPBYyeNjbMq6klf/view?usp=share_link

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	planta que se puso amarilla.				
08.03 - 08.07				Frase "¿Alguien quiere pensar en los niños?"	https://drive.google.com/file/d/17VS7-kaVej7aN85z8GZ8e6GKSOYQBSZz/view?usp=share_link
08.08 - 08.41	Si el hecho de saber que una cantidad infinita de datos tuyos está disponible (...) lo mismo puede suceder con la tecnología				
08.42 - 09.10	Lo interesante de manejar información (...) ¿Cuál es la letra chica de las RRSS?				
09.10 - 09.38	La idea de documentar las juntadas (...) se vuelve muy pero muy delgada.			FX: *Sonido de foto, ambiente de juntada,	Sonido de foto: https://drive.google.com/file/d/1uI8b2O-DFIOdJq31dZ3zmLyNN8CDIXw_/view?usp=share_link

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
				cumpleaños*	Sonido de juntada: https://drive.google.com/file/d/1OZ6GxMKlr35umoXpvCP57U2uO8NKBSDA/view?usp=share_link
09.38 - 09.55	Es por esto que prestar atención a los acuerdos (...) serán la base de las leyes que regulen nuestra vida digital y offline.				
09.56 - 10.01	Sin querer queriendo estamos jugando un juego sin conocer la totalidad de sus reglas				
10.01 - 10.03				“oye, oye, más despacio cerebrito”	https://drive.google.com/file/d/1PNxeDVoFKtrJhgllXmESUr-6NzF23l1a/view?usp=share_link
10.03 - 10.23	Para entender cómo es que nuestras actividades cotidianas			Voz de Google “y si	Grabado en compu de Gonzalo

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	se transforman en normas y leyes, la investigadora y ... Valentina Aria nos los explica a través de las ideas de Michael Foucault.			no saben quién es Foucault busquen en Google”.	
10.23 - 12.22	Audio de la Valen, contando brevemente cuál es el concepto de “normas” de Foucault			Sonido de Fábrica o “quiero las máquinas funcionando las 24 hs de La Casa de papel.	Valen Normas Foucault - https://drive.google.com/file/d/143ifcf2Mf36gT3ly6CNbXDwxSmcBqQXK/view?usp=share_link Sonido de La casa de papel: https://drive.google.com/file/d/11gpTFLBImrUAj5AwVgwXNmJQclI9xrUo/view?usp=share_link
12.23 -	Con esto, lo que			FX1:	FX1: teléfono clásico

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
13.09	estamos diciendo es (...) desde la invención del teléfono se estableció la norma de que cuando el teléfono suena (FX1) se supone que uno debe atender (...) hoy se traduce a tomar el celu con cada notificación (FX2) interfiere en momentos importantes como en una cena familiar o con amigos, un velorio, las horas de sueño, una clase (FX 3)			teléfono viejo sonando FX2: muchos sonidos diferentes de notificaciones FX3: aumentar la cantidad de notificaciones	https://drive.google.com/file/d/1NFpsmmoaBqN9EJgBJawCXLjCKvKO8itD/view?usp=share_link FX2 FX3: Reproducir 2 veces o más el FX2
13.10 - 13.12	¿Podés poner el teléfono en silencio, por favor? - Perdón, perdón				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
13.12 - 13.52	Pero el carácter de “emergencia” que revestía las llamadas (...) Algo sucederá y será notificado.			Sonidos de alarma, sirenas, etc.	Sonido de alarma: https://drive.google.com/file/d/1fd66h2AwE_RnITx2yH3_2Aqh-nnl_DJH/view?usp=share_link
13.52 - 15.09	Audio del Seba Touza				https://drive.google.com/file/d/1sJH9x1D0BnFUThczbigU_7BIUgWfp1xU/view?usp=share_link
15.09 - 15.51	Y una vez notificado, la respuesta (...) El problema de permanecer en estado de emergencia hace que pensemos que los acontecimientos que tiene una larga historia social y política, como por ejem, derrames de petróleo o condiciones climáticas extremas son “inusuales”, “hechos			A partir de “la respuesta se impone como inmediata y esta urgencia” FX: poner sonido de alarma. En	Fx sonido de alarma: https://drive.google.com/file/d/1fd66h2AwE_RnITx2yH3_2Aqh-nnl_DJH/view?usp=share_link Fx música de noticiero Noticia 1: https://drive.google.com/file/d/1qcHkDe82Nu_TXyx4MyhOgeopi8kHbSSR/view?usp=share_link

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	aislados”, es decir, “urgentes”.			“siempre sedienta de la novedad” arranca música de noticiero.	
15.51 - 16.41	Se descontextualizan estos eventos y se invisibilizan las causas, políticas, económicas (...) No son acciones que generen un cambio de base.			Fx de noticias desde “se invisibiliza las causas, sociales, políticas, económicas”	<p>Noticia 1: Covid https://drive.google.com/file/d/13vIKavLB-_i6ayh0G7YomkWL3bMMbD5/view?usp=share_link</p> <p>Noticia 2: Rusia https://drive.google.com/file/d/1pkB-hIY5SEKUP8d_C3i6JgxN40C-O7aP/view?usp=share_link</p>
16.41 - 16.42				Sonido de cassett	https://drive.google.com/file/d/17UyoFBAsYUJlTjXM8ZUtLDkYwYQCdTx/view
16.42 - 17.35	Audios de respuesta a pregunta 2: ¿creés que las redes son importantes, para qué?				https://drive.google.com/drive/folders/1jbtHZGEw6AS7FtBGPgKtuf4LM59clEnn

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
17.36				Sonido de fin de casset	https://drive.google.com/file/d/1fBUjRHmBPNkp4nttipkSISQkUA0SXgFK/view?usp=share_link
17.36 - 17.57	Hoy las redes sociales influyen en nuestra existencia (...) Sherry Turkle va más allá y dice que las redes están modificando nuestra manera de ser.				
17.58				Cassett	https://drive.google.com/file/d/17UyoFBAsYUJlTjXM8ZUtLDkYwYQCdTx/view
17.58 - 19.04	Audios de la respuesta 3 a ¿Te has puesto a ver alguna red social mientras hacías otra cosa? Si lo has hecho ¿qué hacés mientras ves algo en las redes sociales?				https://drive.google.com/drive/folders/1HYgxsYsZKqTHwp9R7edwrukqT_ADURq1

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
19.04				fin de cassett	https://drive.google.com/file/d/1fBUjRHmBPNkp4nttipkSISQkUA0SXgFK/view?usp=share_link
19.05 - 19.09	Que loco cómo las redes llegan a tener esta influencia... ¡Nos encanta estar en el celu!				
19.09 - 19.29	Tal vez sea porque la tecnología, (...) y las RRSS se benefician de esto.				
19.30 - 19.51	Esto no quiere decir que somos "adictes a nuestros teléfonos" porque tenemos una debilidad personal (...) sino que lo disfruta y de esta manera aporta al sistema "datos reales"				
19.52 - 20.15	Entender que existe una adicción a los				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	celulares (...) y nos debilita para pensarnos y tomar acciones en forma conjunta.				
20.15				Sonido inicio casset	https://drive.google.com/file/d/17UyoFBAsYUJlTjXM8ZUtLDkYwYQCdTx/view
20.16 - 22.01	Audio de las respuestas a ¿Creés que las redes sociales usan la información que publicás? Si creés que sí, ¿Qué creés que hacen las redes sociales con la información que publicás?				
22.02 - 22.29	Es verdad que el algoritmo tiene una misión,(...) (Fx: sonido de burbujas) burbuja en la que sólo conocamos los productos (...) es nuestra forma de pensar		Cuando dice: "burbuja en la que sólo conocamos los productos..." Fx: sonido de burbujas	Sonido de burbujas	https://drive.google.com/file/d/1UICEt5yqB2C_PjA5C6oHy2XYDyrB3/view?usp=share_link

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	(FX: dejar sonar un poquito más el Fx de burbujas).				
22.30 - 22.59	El escritor Eli Pariser, que también es activista de DDHH y empresario, sostiene que los flujos de datos de los medios sociales (...) los mismos productos y viendo los mismos videos.		<p>Cuando dice “empresario y activista de DDHH” FX de woow</p> <p>“viendo la misma información” Fx de homero</p> <p>“Viendo los mismos videos de gatitos” fx de maullido</p>		<p>Sonido: Woow (se grabó en estudio)</p> <p>Homero diciendo aburrido: https://drive.google.com/file/d/19-AKCj28Oy3rgeyRs639MDa7PbAiimxY/view?usp=share_link</p> <p>Sonido de maullido: https://drive.google.com/file/d/1QJMUEjONIDfVywOL4znB3iy7rcz3evl5/view?usp=share_link</p>
23 - 23.14	FX: (pastilla): “La tiranía más perfecta no es aquella que utiliza la fuerza para asegurar la			Va con música clásica de fondo	<p>Grabado por NANO</p> <p>Música clásica: https://drive.google.co</p>

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	uniformidad, sino la que elimina la conciencia de la existencia de otras posibilidades. Allan Bloom, filósofo”				m/file/d/1GvkZDJw38od1U8vU3nGSU_TCJ7vQRuyV/view?usp=share_link
23.14 - 23.25	Sherry Turkle, en su libro "En defensa de la conversación" lo explica con manzanas dice que parece que nuestros celulares nos conceden tres deseos, como si fueran el genio de Aladín				
23.25 - 23.47	El primero, que siempre vamos a ser escuchados. El segundo, que siempre podremos centrar nuestra atención en lo que nos interesa. Y tercero, que nunca estaremos en soledad. La concesión de estos tres deseos		<p>Cuando dice "el primero" (FX: sonido de varita mágica)</p> <p>Cuando dice "el segundo, que siempre podremos centrar nuestra</p>	Sonido de varita mágica	<p>Varita mágica:</p> <p>https://drive.google.com/file/d/1X_Uns90ETvIM7z5YMgPpY7LOWG7oT68e/view?usp=share_link</p>

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	implica otra recompensa: que jamás nos vamos a aburrir.		atención..." FX: sonido de varita mágica) Cuando dice "el tercero..." FX: sonido de varita mágica. Cuando dice "que jamás nos vamos a aburrir" FX: sonido celestial	Sonido coro celestial	sonido coro celestial https://drive.google.com/file/d/1K1CSLLeA_6abxGhJ7HK_reTK7p7R8qFH/view?usp=share_link
23.47 - 24.21	Al mismo tiempo, al conseguir de las redes satisfacción (...) Una vez más la respuesta no es individual sino colectiva.				
24.22 - 25.04	Y esto que decís tiene mucho que ver con lo que José Van Dijck (...) estas normas son		Cuando dice "si alguien llamaba a la hora de la	FX: sonido ronquido	https://drive.google.com/file/d/1UoHzPUmstC7-iUgjqAyNgo2ShXWveGvb/view?usp=share_li

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	difusas y tienen efectos muy diversos entre los usuarios, en particular entre distintas generaciones.		siesta" fx de sonido de teléfono + ronquido		nk
25.05 - 25.29	Otros de los efectos colaterales (...) tiene como consecuencia vivir en un estado de alerta continua y vigilancia.				
25.29 - 25.42	Fx: (pastilla) "Ocuparnos con frecuencia de diversas tareas a la vez se asocia con depresión, ansiedad social y dificultades para interpretar las emociones humanas. Sherry Turkle"			Va con música clásica de fondo.	Grabado por NANO Música clásica: https://drive.google.com/file/d/1GvkZDJw38od1U8vU3nGSU_TCJ7vQRuyV/view?usp=share_link
25.42 - 26.04	Es que la multitarea fomenta la brevedad y la simplicidad (...) sólo seremos capaces de pensar y dar debates				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	muy rudimentarios.				
26.05 - 26.32	Encarar todas las conversaciones en modo multitarea hace daño (...) y si una de las partes no está dispuesta a verlo de esa manera, produce daño, y ese daño es contagioso.				
26.33 - 26.56	Ponele, si estamos en un bar, y la persona con la que estamos de birra no deja de mirar el teléfono (...) Lo riesgoso de esto, es que si este comportamiento se vuelve norma...			<p>Sonido de ambiente de bar durante todo el párrafo</p> <p>Después de la frase "este comportamiento se vuelve norma" poner el FX:</p>	<p>https://drive.google.com/file/d/1c0CzukQYrpUIXM5CbNhTVysRu-NOyXOM/view?usp=share_link</p> <p>https://drive.google.com/file/d/1KoTDpxP4pBNfJpbAXJ-IshfiV62H9gih/view?usp=share_link</p>

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
				“Houston tenemos un problema”.	
26.57 - 27.20	Es más, el no estar presentes en las conversaciones no está muy lejos de ser una norma (...) pero no saber qué hacer con ella ni cómo interpretarla; a diferencia de las clases presenciales				
27.20 - 27.50	En las clases presenciales lo que sucede es que (...) es éste factor lo que permite aprender, comprender y recordar las ideas de un modo que tengan significado.			Sonido de clases en todo el párrafo.	https://drive.google.com/file/d/1upUJXpZ1amkG6gJd9k3imlU6cHXXf-S6/view?usp=share_link
27.51 - 27.56				Grabar el siguiente texto y	

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
				reproducirlo x2: "Algo similar ocurre cuando aceleramos la velocidad (...) Sin importar de qué estemos hablando.	
27.56 - 27.59	Pará, bajale la velocidad que no entiendo nada.				
28 - 28.35	Algo similar ocurre cuando aceleramos la velocidad al reproducir un mensaje (...) Sin importar de qué estemos hablando.				
28.35 - 28.49	Esto hace que se comience a resquebrajar el proceso comunicativo (...) mucho más allá de la				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	información que se está intercambiando.				
28.50 - 29.09	Los “corazones” que recibimos en Instagram y los “me gusta” no es amor (...) que señala si lo que se manifiesta en las redes es interesante o no			*FX: sonido de MG de FB	https://drive.google.com/file/d/1zDIZoA2mgSj8X6rcoex0izTpD9tFFVrg/view?usp=share_link
29.10 - 29.44	En la medida en la que nos entregamos a las redes sociales sin cuestionamientos algunos (...) o incluso, poder elegir sin miedo a manipulaciones a quiénes queremos que nos representen políticamente.		Cuando dice “Fingir demencia” fx de reloj cucú	*FX: Sonido de reloj Cucú*	Reloj cucú: https://drive.google.com/file/d/1pZ7JtOxswp7qujp3e_pwMVA7Di93Rnh/view?usp=share_link
29.45 - 30.11	Si bien, como decíamos anteriormente, está fascinación que tenemos por las redes (...) y aún estamos a				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
	tiempo de torcer el curso de lo que parece inevitable.				
30.12	¿Vos decís!?				
30.12 - 30.34	Y... ¡elijo creer! (...) En ese sentido, Sherry Turkle propone vías de escape (...) sin necesidad de ir en detrimento de las conversaciones cara a cara y de todo lo que implica perderlas.		Cuando dice "propone vías de escape" FX: escape de caricatura	Escape de caricatura	Escape de caricatura: https://drive.google.com/file/d/1qvjllQQQF_ho94tlk8zmadawHOs7zpzFR/view?usp=share_link
30.35 - 31.00	Incluso en las entrevistas que hicimos previo a este podcast, muchos dijeron que están poniéndose de acuerdo con sus amigos y familia para no estar todo el tiempo en el teléfono e intentar mantener una conversación cara a cara de temas profundos.				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
31.00 - 31.29	Otra de las estrategias de la autora norteamericana es la de pensar en “la unitarea como el nuevo gran avance”. Esto quizás lo habrás escuchado antes en las clases de yoga como el “estar aquí y ahora” (...) Y una vez que termines, pasás a lo siguiente y así...		Cuando dice “en las clases de yoga” (fx de cuencos tibetanos y la voz en eco)	Sonidos de cuencos tibetanos	https://drive.google.com/file/d/1wu68p78Scjxf7JafqLjqwFr5C6IVCiJM/view?usp=share_link
31.29 - 31.37	Todas estas estrategias son sólo eso, y siguen respondiendo a una lógica de emergencias, son como parches				
31.38 - 32.04	Ni vos, ni nosotras, ni les autores que están pensando lo que está sucediendo con el big data (...) porque si no hablamos de esto ¿cómo vamos a tomar decisiones?				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
32.04 - 32.08	Y siempre está la posibilidad de ir a la montaña y vivir de comer la huerta				
32.08 - 32.21				Nadal diciendo "vivo del aire, del sol..."	https://drive.google.com/file/d/1wH2IJoKNjeXZOKQuTKyi6fhq51Jn7Qq6/view?usp=share_link
32.21 - 32.36	Pará, antes que salgas a hacer dedo a la ruta (...) y tratemos de decidir qué tipo de camino queremos transitar como sociedad.				
32.37 - 32.46	Sin ir más lejos, este año, es un año electoral en Argentina y quizás aún estamos a tiempo de preguntarnos ¿Cómo influyen las redes sociales en la democracia?				

Tiempo del episodio	Voz	Música	Observaciones	Sonido	Ubicación.
32.46 - 32.54	En el próximo episodio hablaremos de esto y trataremos de descubrir en qué clase de ciudadanos nos estamos transformando.	Música "Me oyen me escuchan"	Empieza a sonar la música del programa, se acerca el final		
32.55 - 33	Y como de contradicciones estamos hechas, seguinos en Instagram, me gusté y compartí todo lo que subamos...	Música "Me oyen me escuchan"	sigue la música del programa		
33.00 - 33.05	Y nos vamos porque ya está durando mucho este episodio y se les va la atención a nuestros oyentes.	Música "Me oyen me escuchan"	sigue la música del programa		
33.06 - 33.24				FIN - Audio Thalia	<p>THALIA FINAL</p> <p>https://drive.google.com/file/d/1NLwcBiBwt6WGTUilGfG9BCTAsLTE-ZZ3/view?usp=share_link</p>