



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES**

**EL PODCAST COMO UN ESPACIO DE
COMUNICACIÓN EN LA RED: ¿HACIA UNA
RECONCEPTUALIZACIÓN DE ROLES EN EL
PROCESO COMUNICATIVO?**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRA EN COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:
CORTÉS CABRERA GEORGINA**

ASESORA: DRA. LUZ MARÍA GARAY CRUZ



México, D.F. 2010



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Doy infinitas gracias...

A Dios por el camino recorrido...

A Marion, por ser mi fuerza y mi templanza...

A mis padres, por su amor y apoyo constantes...

A César y a Liliana, por ser mis cómplices, mis amigos, los mejores hermanos...

A Luis por su incondicional amistad y desinteresado apoyo...

A Marilú, por todo su tiempo, paciencia y esfuerzo, pero sobre todo por su amistad...

A mis lectores:

Dra. Patricia Maldonado

Dra. María Josefa Santos

Dr. Gabriel Pérez Salazar

Dr. Raúl Trejo Delarbre

...por el tiempo que se tomaron en revisar y comentar este trabajo, mil gracias.

A la vida... por lo aprendido y aprehendido.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	I
CAPÍTULO 1	
1.Una panorámica estructural: De los <i>mass media</i> a los <i>self media</i>	1
1.1. La configuración teórica de los <i>mass media</i> : Hacia una definición de emisor y receptor	2
1.1.1. Características de los <i>mass media</i>	10
1.1.2. Un medio masivo : La radio.....	14
1.2. ¿Reestructuración de los media? La configuración de los <i>self media</i>	18
1.2.1. Características de los <i>self media</i>	26
1.2.1.1. La interactividad en los <i>self media</i>	30
1.2.1.2. La entidad detrás de los <i>self media</i> : El <i>prosumer</i>	38
CAPÍTULO 2	
2. El <i>podcast</i>	42
2.1. La Web 2.0.....	43
2.2. ¿Qué es el <i>podcast</i> ?.....	48
2.3. Antecedentes del <i>podcasting</i>	56
2.3.1. El <i>streaming</i>	56
2.3.2. La herencia del <i>blog</i> : del <i>audiobloggin</i> al <i>podcasting</i>	58
2.4. Historia del <i>podcasting</i>	60
CAPÍTULO 3	
3. Interactividad en el <i>podcast</i> : ¿Posibilidad de roles en el proceso comunicativo?.....	64
3.1. Una aproximación a la interactividad en el <i>podcasting</i> : Los casos de Byte Podcast y Podcasting for Dummies	66
3.1.1. Byte Podcast	71
3.1.2. Podcasting for Dummies.....	83
3.1.3. Algo está cambiando... el <i>podcast</i> frente a la radio.....	92
3.2. Ubicación de la <i>podcastfera</i> : Los usuarios-creadores.....	94
3.2.1. Atina Chile: Charla Podcast.....	101
3.2.1.1. Análisis de Atina Chile.....	103
3.2.2. Podcastellano.....	113
3.2.2.1. Análisis de Podcastellano.....	114
3.2.2.2. Las claves de los foros en la configuración de los usuarios-creadores de <i>podcast</i>	137
CONCLUSIONES.....	143
ANEXOS.....	151
REFERENCIAS.....	158

INTRODUCCIÓN

La proliferación de medios de difusión alternativos a los *mass media* tradicionales viene a constituir un nuevo reto para estos. Por primera vez un medio de difusión de información, Internet, permite la propagación de mensajes diversos soportados a partir de herramientas fincadas en este mismo espacio. La irrupción de Internet y la revolución digital han provocaron un impacto inédito en el campo de los medios de comunicación, a partir de la aparición de un medio que reconfigura la posición de los *mass media* tradicionales –televisión, prensa, radio-, principalmente porque estos medios de comunicación de masas tienden a la agrupación en el seno de inmensas estructuras e infraestructuras que controlan grandes canales de televisión, emisoras de radio y diarios de prensa, suprimiendo el factor de interacción entre los creadores de los mensajes de estos medios y la audiencia.

Mucho se ha dicho que la diferencia está a la vista, porque cuando se habla de medios de comunicación de masas, se hace referencia a instrumentos que permiten la emisión de un mismo mensaje a una gran cantidad de personas; los medios soportados a través de Internet, por su parte, configuran una realidad que es mucho más que eso, porque...

{...} la Red se está convirtiendo en una suerte de ágora digital en la que los ciudadanos construimos nuevas comunidades y donde acudimos para aprender, comunicarnos, generar contenidos, relacionarnos o divertirnos. Con un papel principal por parte de los usuarios, agentes activos que se han hecho con el control de la herramienta y la están convirtiendo en una palanca para mover el mundo (Sellas, 2008, p. 15).

De esta manera, en el actual ecosistema digital desplegado a partir del progresivo auge de herramientas y aplicaciones plausibles de ser empleadas directamente por los usuarios potenciando su presencia activa en dicho ecosistema (también conocido como la Web 2.0), se ha desarrollado un fenómeno comunicativo que incide directamente en la generación de productos de tipo sonoro: el *podcast*.

Poca ha sido la referencia teórica que se ha generado en torno a este espacio de comunicación, ya que prácticamente su referencia pública ha sido vinculada con el artefacto creado por la empresa Apple: *iPod*, otorgándole a estos productos filiación directa con esta empresa. Sin embargo, José Antonio Gelado (2006), periodista en nuevas tecnologías, *blogger* y *podcaster*, en su colaboración para el documento *La Blogosfera Hispana: Pioneros de la Cultura Digital*, señala que...

{...} es el término que nace de la unión de 'pod' y 'broadcasting'. Pod significa vaina o cápsula en inglés y hace referencia a la parte MP3, al sonido encapsulado, compartiendo nombre con el popular iPod. 'Broadcasting' es la parte de la difusión o transmisión. De esta forma 'podcasting' sería la distribución de sonido comprimido, con la ventaja de que permite la suscripción, al igual que los blogs, con los que comparte esta tecnología. 'Podcast' es como se conoce a cada uno de los canales que se crean para distribuir el audio" (p. 186).

En este sentido, es importante referenciar que la tecnología de los *blogs*, la denominada sindicación y la suscripción RSS, han permitido facilitar la distribución de todo tipo de contenidos de forma sencilla, barata y universal. Al unir ambas tecnologías, el audio y el *blogging*, nacería lo que se denomina como *podcast*.

En ya casi nueve años de la configuración y diseño del *podcast*, éste paulatinamente se ha venido insertando como una herramienta más que permite a los usuarios ajenos a los medios de comunicación masiva, convertirse en creadores y distribuidores de contenidos sonoros –aunque hoy día también existe la versión en video conocida como *vidcast*-, a través de Internet, reconfigurando el paradigma establecido por la teoría de la comunicación de masas, en donde las audiencias se establecen como entidades pasivas ante las emisiones del medio de comunicación, entendiendo el término de pasividad como una imposibilidad de interactuar directamente en la construcción de los discursos de las empresas de comunicación.

Así, la pauta que origina la presente investigación gira en torno a la indagación de la posible reconceptualización de los roles comunicativos a través de la producción de *podcast*, partiendo de la idea de que esta clase de productos sonoros promueven procesos de interacción que rompen con la distancia espacio-

temporal, entre los usuarios-creadores de este medio, gracias a la convergencia digital.

Dicho lo anterior, el análisis que se presenta se estructura en tres capítulos. En el primero, se aborda parte de la configuración teórica en torno a la teoría de la comunicación de masas, con el objetivo de indagar algunas diferencias y similitudes de los *mass media* con respecto los emergentes *self-media* basado en un breve recorrido por diferentes enfoques de esta teoría para indagar en torno a la conceptualización de algunos de sus elementos básicos (emisor y receptor) y definir, en términos generales, el fundamento de la comunicación de masas, para luego contraponerla con los actuales procesos comunicativos fundados en Internet y enfocar estas observaciones en la configuración comunicativa de la radio, con el fin de establecer pautas comparativas con el *podcast* y definir que aquellos sujetos que tienen contacto con la realización de estos productos sonoros pueden configurarse como *prosumers*.

Asimismo, a este primer capítulo se integra una reflexión en torno a la interactividad, misma que se configura como una de las categorías clave para la sucesiva metodología aplicada en esta investigación.

En el capítulo segundo, se inicia el recorrido en el contexto tecnológico y social que acoge el nacimiento del *podcast*, partiendo del marco general ofrecido por el escenario de la Web 2.0, en el que se inscriben los inicios de este fenómeno comunicativo. Y una vez contextualizado, se abordan concretamente diversos aspectos en torno al *podcast* para poder ofrecer una visión nítida de este objeto de estudio, a partir de temas tales como la definición del término *podcast*, antecedentes, historia y los elementos tecnológicos que lo constituyen.

Finalmente, el capítulo tercero y último concentra la estrategia metodológica diseñada como vía para el acercamiento al conocimiento en cuanto al desarrollo de *podcast* y el posible impacto que éste hace en la reconceptualización de los actores en el proceso comunicativo, posicionando a la entidad *prosumer* como un modelo de inserción de los usuarios de Internet a la *podcastfera*.

Se espera que este recorrido sirva para exponer el potencial del *podcast* y su aportación al ecosistema comunicativo. En una sociedad y un sistema mediático en donde predomina la fuerza de la imagen y recordar que el concepto audiovisual conlleva también el componente sonoro.

1. UNA PANORÁMICA ESTRUCTURAL: DE LOS MASS MEDIA A LOS SELF MEDIA

El presente capítulo plantea su estructura, a partir de la idea de bosquejar un breve panorama en torno a la concepción del proceso comunicativo originado a partir de los *mass media*, enfocando su atención principalmente en dos términos que se han definido como claves para la construcción teórica de esta investigación: el emisor y el receptor, a fin de dilucidar en torno a la necesidad de reconceptualización de los mismos, en el marco de los espacios de comunicación emergentes en Internet, también denominados como *self media*, acepción que también será definida en lo sucesivo.

En este sentido, el primer punto por abordar será la configuración teórica de los *mass media*, en donde a partir de las consideraciones ofrecidas por el funcionalismo, la escuela de Frankfurt, la escuela de Birmingham y la escuela de Toronto, se recuperan algunos aportes relacionados con el estudio de los *mass media* enfocados –como se dijo con anterioridad- en los roles del emisor y el receptor. Asimismo, dicho abordaje obedece a la necesidad de revisar y, con ello, revalorar sus posibilidades teóricas respecto al actual entorno digital originado en Internet.

Cabe agregar, que el mencionado recorrido por estas corrientes de pensamiento apela a una sistematización necesaria, con el fin de abordar, en términos generales, parte de la construcción teórica en torno a los *mass media*. De esta manera, el objetivo de esta revisión es un pequeño intento clasificatorio, sin fines de agotar el saber en este campo, que provea un panorama de la definición de dos de los elementos constitutivos de esta forma de comunicación y, en lo sucesivo, dichos elementos -emisor y receptor- se configurarán como las categorías que entrelazan a los *mass media* con los *self media*.

Dentro de esta revisión también se abordan algunas características que definen el proceso de la comunicación originado en los *mass media*, a fin de identificar a la radio como un medio de comunicación masiva. Se parte del supuesto de que la radio constituye su existencia a partir del uso de la banda sonora (voz,

música, efectos y silencio), y hoy día dentro de la gama de espacios de comunicación originados en Internet, también existen aquellos que se vinculan directamente con el sonido. Dentro de esta gama podemos encontrar al *podcast*, objeto de estudio de la presente investigación y al cual se tratará de definir como un *self media*.

1.1. LA CONFIGURACIÓN TEÓRICA DE LOS MASS MEDIA: HACIA UNA DEFINICIÓN DE EMISOR Y RECEPTOR.

La diversidad de enfoques en el estudio de la comunicación nos ha proporcionado una vertiente que orienta su perspectiva hacia los denominados medios electrónicos (radio y televisión), que poco a poco en su evolución e incorporación en la sociedad y, sobre todo, gracias al amplio alcance que pueden llegar a tener los mensajes vertidos a través de esos medios, han adquirido el hoy ya tan conocido nombre de *mass media*.

La posición científica frente a este fenómeno sugirió que su estudio no podía ser abordado desde una sola ciencia, para lo cual era necesario recurrir al aporte de otras ciencias auxiliares tales como: la antropología, la lingüística, la filosofía, la sociología, la historia y la psicología.

Estos estudios son relativamente recientes ya que evidentemente deben su origen al posicionamiento de los medios electrónicos en la sociedad misma. De este modo, antes de especificar la configuración teórica de estos estudios, precisamos una breve aproximación al fenómeno de la comunicación de los medios masivos. Esta comunicación es la que, partiendo de un emisor -mismo que es posible describirlo como un complejo organizado en una institución mediática ya sea televisiva o radial-, tiene como receptor a una masa (audiencia diversa y heterogénea), pero lo que le da su sello característico es el empleo de canales de transmisión basados en grandes y costosas infraestructuras tecnológicas las cuales viabilizan la transmisión de los mensajes.

La caracterización anteriormente señalada dista en gran medida de un proceso comunicativo basado en una relación interpersonal en donde el espacio y la

presencia son elementos primordiales para la creación de vínculos entre el emisor y el receptor; no así el caso de la comunicación de los medios masivos, en donde el espacio y la presencia de una y otra entidad comunicativa (emisor y receptor) se fracturan y a ello puede sumársele una ruptura temporal de la emisión y recepción de mensajes, misma que es posible a través de medios mucho más sofisticados que en la comunicación interpersonal (McQuail, 2001).

Como se señaló con anterioridad, en el camino por configurar una teoría de la comunicación de masas, algunos autores han establecido a partir de diversas metodologías el rol que tanto el emisor y el receptor tienen en este tipo de comunicación. Con el fin de extraer algunas generalidades en torno a estos dos conceptos en este proceso comunicativo, se presenta una breve revisión de algunas corrientes de pensamiento que han influido en los estudios de la comunicación y que definen, en formas distintas, las dos nociones arriba señaladas.

A continuación, a manera de cuadro conceptual se presenta dicho recorrido.

Tabla No. 1
Revisión de algunas corrientes de la Comunicación de Masas
Concepción del Emisor y el Receptor

CORRIENTE	AUTOR (ES)	CONCEPCIÓN DEL EMISOR Y EL RECEPTOR
Funcionalismo 30's	Laswell, Lazarsfel y Hovland	<p>Emisor: Tiene una posición omnipotente y su acción se vincula directamente a transmitir una información (produce el estímulo).</p> <p>Receptor: Es un ente pasivo que sólo recibe mensajes y, en conjunto, reaccionan de forma uniforme. En este sentido se entiende los receptores son sujetos aislados, descontextualizados, manipulables, débiles y pasivos.</p>
Escuela de Frankfurt 30's	Adorno, Horkheimer y Marcuse	<p>Emisor: Son los medios de comunicación de masas que a través de sus mensajes proveen a la audiencia contenidos al servicio de la ideología capitalista transmitiendo sus valores de consumo.</p> <p>Receptor: Rescate de la noción dialógica y la reconsideración del rol de uno de los elementos claves de la relación: el receptor o destinatario cuya participación en los medios masivos clásicos aparece poco menos que anulada.</p>
Escuela de Birmingham 50's	Richard Hoggart Stuart Hall Edward Thompson Williams Raymond	<p>Emisor: Niegan la noción de aceptar a los medios como vehículo de significación transparente, es decir sin significados ocultos o implícitos, por el contrario ponen espacial énfasis en la estructuración lingüística e ideológica del mensaje ambas preocupaciones tomadas de la semiótica.</p> <p>Receptor: Rechaza una noción de la</p>

		audiencia como un ente pasivo e indiferenciado remplazándola con concepciones más activas, poniendo atención a la encodificación y las variaciones de las descodificaciones de la audiencia.
Escuela de Toronto 60's	Marshall McLuhan	Emisor: En esta corriente de pensamiento el emisor se halla caracterizado por las instituciones <i>mass mediáticas</i> que ya conocemos, en este sentido, se plantea que habitualmente no notamos que existe interacción entre los medios y, dado que su efecto sobre nosotros, en tanto audiencia, suele ser poderoso, el contenido de cualquier mensaje resulta menos importante que el medio en sí mismo. Receptor: Activos o pasivos de acuerdo al grado de percepción que se tenga con respecto al medio.

Fuente: Elaboración propia.

Como es notable, el cuadro sólo hace referencia a dos de los elementos que se consideran como básicos para la configuración de un proceso comunicativo: el emisor y el receptor. La idea de abordar de manera exclusiva estos elementos responde a la necesidad de ir articulando en este apartado, cómo es que otras corrientes de pensamiento, a partir de considerar a los *mass media* como su objeto de estudio, han provisto a la comunicación de un aparato teórico sólido desde estos dos puntos de vista (el del emisor y el receptor), que bien con el desarrollo de la tecnología en materia de informática y telecomunicaciones, por un lado pueden proveernos de puntos de partida para el análisis de los *self-media* y, por el otro, nos lleva a revalorar estas ideas en el contexto de los emergentes espacios de comunicación situados en Internet.

Así, desde que los autores citados, correspondientes al enfoque funcionalista, esquematizaron el llamado proceso de la comunicación, el periódico, la radio, la TV, el cine, son, entonces, los medios que vehiculizan la comunicación de masas, cuyos modelos son la expresión de una investigación de la comunicación que pretende constituirse a sí misma como una ciencia autónoma y que contempla su objeto de estudio como una realidad aislable del contexto social.

Por otro lado, la Escuela de Frankfurt, con base en la sociología crítica representada por Adorno, Horkheimer y Marcuse, aportan una nueva visión del papel de los medios. Si bien aceptan que los medios son parte esencial del proceso comunicacional, coinciden en considerar a...

{...} “la comunicación como una actividad humana fundamental a través de la cual los seres humanos se relacionan entre si y pasan de la existencia individual a la comunitaria, por lo cual ponen su acento en el proceso de comunicación como un acontecimiento personal y social y en el hombre como protagonista de éste” (Urribarí, 1999, p. 3).

Por ello, al estudiar la comunicación tomando en cuenta que es un proceso vinculado con el contexto social y cultural, la teoría crítica de la comunicación propone el rescate de la noción dialógica y la reconsideración del rol de uno de los elementos claves de la relación: el receptor o destinatario cuya participación, desde la perspectiva del funcionalismo, aparece poco menos que anulada.

De ella se desprende el modelo de comunicación horizontal o participativa, revelándose ante funcionalismo que establece que un emisor-codificador y un receptor que simplemente encodifica, escucha o responde a estímulos; en contraste, el pensamiento provisto por la escuela de Frankfurt, plantea que la comunicación constituye un proceso en el cual "dos o más seres o comunidades humanas intercambian y comparten experiencias, conocimientos y sentimientos, aunque sea a distancia y a través de medios artificiales" (Kaplún, 1985, p.68).

La escuela de Birmingham, también conocida como la segunda etapa de desarrollo del pensamiento de la teoría crítica propuesta por la escuela de Frankfurt, orienta principalmente sus estudios hacia “la cultura de la sociedad, así como también la relación que existe entre los medios y la sociedad de masas” (Algarra, 2009, p. 4). De acuerdo a lo manifiesto en el cuadro, este enfoque estima que la posición de los emisores no sólo como generadores de simples mensajes, sino que dichos mensajes se encuentran impregnados de elementos ideologizantes capaces de afectar la posición receptora de la audiencia, pero ahora la audiencia (receptores) deja de ser una entidad pasiva para comenzar a actuar en su contexto, en este caso, iniciar una participación selectiva respecto a los mensajes vertidos por el *mass media*.

En otras palabras, los receptores pueden adoptar, por lo menos, las siguientes posturas:

- Aceptar el mensaje tal cual es enviado.
- Rechazar el mensaje y crear un significado propio.
- Negociar. Acepta una parte del mensaje, pero tiene su propia perspectiva sobre la otra parte (Algarra, 2009).

Así, dada la herencia provista por la escuela de Frankfurt, de nueva cuenta se apela a la idea de que los receptos son capaces de actuar ante los mensajes emitidos por el *mass media*.

Finalmente, encontramos a la escuela de Toronto de la cual se retomará el pensamiento de Marshall McLuhan, principalmente de su obra denominada *Comprender los medios de comunicación* (1996).

En los enfoques que se han revisado, es posible notar que algunos parten de considerar los contenidos y efectos que tienen los medios, pero otros lo hacen a partir de la configuración, constitución y característica central del medio como un vehículo que predispone o genera determinadas consecuencias. Este es el caso del pensamiento provisto por McLuhan, en donde a partir de la clasificación que hace de los medios, definiéndolos como medios fríos o calientes, se perfila el grado de participación de los receptores ante el mensaje de los emisores.

Básicamente, McLuhan al realizar esta separación tajante de los medios en fríos y calientes, apoyándose en la *definición*^{*} de uno u otro medio según la participación de nuestros sentidos o nuestra percepción, ya que “el medio caliente es aquel que extiende, en <alta definición>, un único sentido” (1996, p. 44), de esta manera, “los medios calientes son bajos en participación, y los fríos, altos en participación o compleción por parte del público” (p.43). Un medio de alta definición brinda mucha información y poco que hacer o trabajo y un medio de baja definición brinda poca información y hace que el usuario llene lo que hace falta, que trabaje o participe más; por lo que “un medio caliente permite menos participación que uno frío” (p 44).

* Entiéndase al término *definición* como la cualidad que da claridad y concreción a los elementos integrados en el mensaje y que posibilitan el grado de participación de la audiencia ante dicho mensaje.

Señalado lo anterior, puede entenderse que la posición mediacéntrica adoptada en los planteamientos de McLuhan, apoya la idea de que los emisores se hallan caracterizados no sólo por las instituciones *mass mediáticas* que ya conocemos, sino también por otra serie de tecnologías (teléfono, fotografía, entre otras), que eminentemente configuran sus mensajes a partir de los elementos provistos por el lenguaje del propio medio y, simplemente los emiten o transmiten a la audiencia, pero afirmando que estos mensajes generan afectaciones significativas en los receptores dependiendo del medio que se emplee para la comunicación.

Por tanto, puede entenderse que la visión del rol de los receptores puede concebirse como pasiva o participativa dependiendo de la respuesta en tanto los sentidos den parte o participan en distinta medida con el medio, de esta forma, “el habla es un medio frío de baja definición por lo poco que da y por lo mucho que debe completar el oyente. Un medio caliente en cambio, no deja que su público lo complete tanto” (McLuhan, 1996, p. 43)

Hecha esta revisión, se puede reflexionar que la teoría de la comunicación de masas ha respondido con tal multiplicidad de paradigmas que los propios expertos aún no se ponen de acuerdo en la definición fundamental que ha de considerar este tipo de estudios y en tanto ello ocurre hoy día se cuenta con diversos enfoques. Así, mientras Blanca Muñoz (1989) destaca la división fundamental entre las teorías funcional-conductistas norteamericanas y las teorías críticas europeas, Denis McQuail (2001) dice que la división fundamental radica entre las teorías holísticas, las teorías centradas en el mensaje y las teorías sobre los efectos y la audiencia; mientras Mauro Wolf (1987) clasifica los paradigmas según la función de los medios: teoría de la manipulación, teoría de la persuasión, teoría de la influencia, teoría de la funcionalidad, teoría crítica, teoría culturológica y teorías comunicativas; etc. Por supuesto, cada una de ellas proponiendo diversidad de concepciones ante las definiciones de emisor y receptor.

En este sentido, no se trata de llevar a cabo un resumen que vaya de los modelos de comunicación tradicionales, ni caer en la fascinación del determinismo tecnológico, sino dejar constancia del entramado que significa abordar el fenómeno de la comunicación masiva que da lugar a escenarios diversos.

Ahora bien, a través de este breve recorrido, se caracterizará, en términos generales, lo que para esta investigación se considerarán como los roles del emisor y el receptor, en la comunicación de masas.

Cuando hablamos de emisor, se hace referencia a la fuente desde la que parte el mensaje. El mismo debe respetar una codificación que le permita trasladarse por el canal, al final del cual se encontrará con el receptor. Este debe tener la capacidad de descifrar ese código y traducir.

Sin embargo, antes de apropiarnos de esta concepción, cabe añadir una observación. Ambas palabras, emisor y receptor, haciendo exclusiva referencia a los medios de comunicación masiva clásicos (prensa, cine, radio y televisión), también aluden algunos aspectos del canal de comunicación, es decir, la entidad material que hace posible dicho proceso. Por ejemplo, una persona se encuentra pasivamente mirando la televisión, podría definirse que el emisor es el aparato y el receptor el televidente. Pero ¿esta realidad es un hecho? ¿Por qué el emisor no es directamente la estación de televisión?

Si repetimos el caso pero con una radio en una oficina donde trabajan muchas personas, tendríamos como emisor al aparato y como receptores a los empleados del lugar. ¿Y por qué no la radiodifusora como emisor?

Asimismo, la denominación cotidiana que se ha dado tanto a la radio como a la televisión, es la de aparatos receptores, dado que la infraestructura que necesitan los *mass media* para poder ser, requiere de una serie de procesos de tipo electrónico que apelan a una suerte de emisión-recepción constante, ya que no sólo un sujeto o conjunto de sujetos que pretenden emitir un mensaje podrán convertirlo en masivo sin echar mano de esta infraestructura. Se entiende, pues que las situaciones antes descritas califican a la tecnología como el sistema de emisión de mensajes o recepción de los mismos, pero de nueva cuenta consideremos que ambas referencias se extraen del contexto de la cotidianidad y no bajo preceptos teóricos concretos.

Así que a partir de las consideraciones expuestas a través de la revisión previamente elaborada y con el fin de no caer en las interrogantes anteriormente planteadas, se definirá el papel del emisor y el receptor en la comunicación masiva.

De esta manera, se comprenderá que el emisor es la fuente que elabora y emite el mensaje, que proporciona la información y se identificará como un individuo o grupo social con interés de manifestar un mensaje determinado y estos sujetos a partir de una serie de instrumentos e infraestructura específica (canal o medio), podrán hacer del conocimiento de otros dicho mensaje. Así que en términos de la comunicación masiva, se puede identificar como emisores a todos aquellos individuos adscritos a una empresa de comunicación y que pretenden transmitir diversidad de mensajes, a partir del uso de instalaciones específicas para su reproducción.

En este sentido, por tanto, el receptor será entendido como la entidad que recibe el mensaje. Será caracterizado por la persona que recibe la información, el individuo o grupo a los que se les proporcionan los mensajes. Pero para que pueda llevarse a cabo el proceso de comprensión y recepción completa de los mensajes (a partir de la intencionalidad del emisor) el receptor además de conocer los códigos empleados por el emisor, se deberá tener en cuenta que:

- No es un ente aislado, sino que vive en sociedad.
- La asimilación de los mensajes dependen de su cultura personal o social.
- Sobre los mismos receptores actúan simultáneamente muchos mensajes provenientes de emisores diversos, algunas con mayor o menor influencia que otros, los cuales se pueden complementar u oponer entre si.
- Las posibilidades de elección y la libertad de recepción de los mensajes, dependen del nivel de libertad del hombre en relación con los medios de comunicación.

De las descripciones anteriores, es posible extraer algunos de los protagonistas principales en un proceso de comunicación cualquiera: emisor, medio y receptor, pero el relacionado con la comunicación de masas supone que la transmisión de mensajes, esté sujeto a un recurso de un sistema de codificación y descodificación que permita expresar e interpretar los mensajes.

1.1.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS MASS MEDIA

Así pues, la comunicación de masas, es aquella forma de comunicación en la cual los mensajes son transmitidos públicamente, usando medios técnicos, con cualidades que el propio Meletzke definiría como indirecta y unilateralmente.

- Indirectamente: Definida por no ser cara a cara motivo por el que, para ser llevada a cabo, es preciso salvar la distancia que separa al emisor del receptor (Meletzke, 1976).

- Unilateralmente, o al menos con un *feedback* débil. Existe apenas interacción entre emisor y receptor durante y después de la emisión de la información, por lo que...

{...} carece del medio característico usado en las cadenas comunicativas para eliminar las disonancias: la retroalimentación o *feedback*. El emisor es sólo emisor y el receptor es sólo receptor, por lo que el primero tiene dificultad para informarse del efecto producido por la comunicación y el segundo para ajustar los contenidos de ésta a sus necesidades (Meletzke, 1976, p. 46).

De esta manera, se pueden definir algunas de las características que componen la comunicación de masas y de las cuales precisamos ubicar, a fin de acotar el proceso bajo el cual se estructura la comunicación masiva y luego diferenciarlo de los actuales procesos que se llevan a cabo a través de los denominados *self-media*.

En este sentido, Denis McQuail (2001) nos proporciona cuatro elementos básicos en la configuración de los procesos de comunicación masiva enfocados a partir de la visión institucional de los mismos, es decir, el autor proporciona características de la comunicación de masas fincadas en las instituciones mediáticas, mejor conocidas por todos nosotros como las empresas de comunicación. Estas características son:

- La institución mediática se encuentra en la <<esfera pública>>, lo que significa, en particular, que está abierta a todos, como emisores o receptores; los media tratan asuntos públicos con fines públicos, sobre todo cuestiones susceptibles de influir en la formación de la opinión

pública; los media son responsables de sus actividades ante la sociedad (esta responsabilidad se expresa mediante leyes, regulaciones y presiones por parte del Estado y de la sociedad).

- En virtud de su actividad principal de publicación en nombre de los miembros de una sociedad, los *media* están institucionalmente capacitados, con un notable grado de libertad, como agentes económicos, políticos y culturales.
- Formalmente, la institución mediática carece de poder (hay una relación lógica entre esta ausencia de poder y la libertad de que disfrutaban los *media*).
- La participación en la institución mediática es voluntaria y no implica obligación social alguna; hay una clara asociación entre el uso de los medios de comunicación y el tiempo de ocio, y una disociación respecto al trabajo o funciones (McQuail, 2001, pp. 42-43).

Así, McQuail observa la configuración de los media como elementos inherentes a la esfera pública, debido a que estos...

{...} reflejan las expectativas del público en general y de otras instituciones sociales (los políticos, y gobiernos, la justicia, la religión y la economía). Las instituciones mediáticas han ido creciendo paulatinamente alrededor de las actividades clave de publicación y difusión de información y cultura (McQuail, 2001, p. 42).

Dicho lo anterior, aquí cabe agregar una nueva referencia teórica que soporta lo precedente y que enfatiza el papel institucional que los medios masivos han cargado junto a su concepción, es decir, la construcción de la vida cotidiana a la par de la efervescencia informativa generada a partir de los libros, el periódico, la radio, el cine y la televisión. Cabe agregar que "las industrias de los medios no siempre han desempeñado un papel fundamental. El surgimiento y desarrollo de estas industrias fue un proceso histórico específico que acompañó al surgimiento de las sociedades modernas" (Thompson, 1998a, p. 242).

De este modo, John B. Thompson a través de su propuesta de la transmisión cultural, es decir, la descripción de las diversas etapas que ésta implica, favorece la visión institucional que a lo largo de su historia los medios masivos han configurado, además de abastecer a la teoría de la comunicación de masas la perspectiva cultural

que se halla imbricada tanto en las características estructurales de estos medios, así como también en su rol como transmisores de información en la sociedad.

A través de su postura en la transmisión cultural, Thompson plantea tres cualidades intrínsecas a ella, mismas que pueden ser trasladadas a las cuatro primeras establecidas por McQuail y, a su vez, forman parte de la construcción de los propios *mass media*.

1. El medio técnico: Este elemento nos habla sobre “el sustrato material de una forma simbólica” (Thompson, 1998a, p. 244). Asimismo, este elemento se halla constituido por 3 atributos específicos.

a) Fijación.- Se le reconoce en la medida en que el mensaje que se transmite adquiere cierto nivel de perdurabilidad en el tiempo, y ésta puede variar de acuerdo al soporte del mensaje, por ejemplo, “un mensaje escrito en piedra será más durable que un escrito en pergamino o papel” (1998a, p. 244).

b) Reproducción.- Por otro lado se halla la reproducción, misma que consiste en la capacidad de multiplicar una forma simbólica, es decir, de reproducirla y esta a su vez es propiciada a partir del soporte en el que se fija el mensaje y su posibilidad futura de retransmisión. Este elemento se relaciona directamente con el aspecto de la innovación tecnológica ya que de ella depende la reproductibilidad futura del mensaje.

c) Participación.- Se refiere a la demanda que la diversidad de medios exige a los sujetos usuarios, es decir, del “uso de diferentes habilidades, facultades y recursos para codificar y decodificar los mensajes del medio en cuestión” (1998a, p.246). Este elemento bien se relaciona con lo que hoy se denominan competencias mismas que se asocian tanto a la capacidad de comprensión del medio técnico, así como también del contexto de lectura del mensaje transmitido a través de él, lo que genera un primer acercamiento a la participación de los sujetos en los media, ya que se comprende la estructura del mismo así como también los mensajes reproducidos.

Aunque el elemento del *feedback*, es casi nulo, si por lo menos se consigue la comprensión y aprehensión del espectador hacia el mensaje aleatorio del *mass*

media, puede plantearse el primer paso de la relación de los media con los sujetos en general.

A continuación se enunciarán los siguientes dos elementos que configuran la transmisión cultural.

2. El aparato institucional de transmisión. Thompson se refiere “a un conjunto determinado de arreglos institucionales en los cuales se despliega el medio técnico y se insertan los individuos que participan en la codificación y decodificación de las formas simbólicas” (1998a, p. 247), por tanto, se puede afirmar que esta es la unidad en el que se apoya totalmente la cualidad institucional de los *mass media*, en tanto pretende explicar que las reglas, recurso y relaciones imbricados en la estructura de los *mass media* implican “relaciones jerárquicas de orden entre individuos” (1998a, p.247).

3. El distanciamiento espacio-temporal. Los media posibilitan un espacio “etéreo” en donde la forma simbólica es capaz de, efectivamente, distanciarse espacial y temporalmente de su contexto original, generando lo que Thompson denomina como “contexto de copresencialidad” (1998a, p. 249), mismo que se halla determinado por el material técnico de transmisión, de la forma simbólica, lo que pone de manifiesto la disponibilidad de la misma.

En síntesis, estos tres elementos de la transmisión cultural nos ofrecen cuatro características fundamentales de la comunicación masiva:

1. Producción institucionalizada de bienes simbólicos.
2. Ruptura instituida entre producción y recepción.
3. Extensión de la disponibilidad en tiempo y espacio.
4. Circulación pública de las formas simbólicas (Thompson, 1998a, p. 325).

Finalmente, no se puede pasar por alto la mención de que el análisis de los fenómenos comunicativos es profundamente dependiente del soporte a través del cual estos tienen lugar, y en relación con ello se producirá un mayor o menor énfasis en el estudio de los distintos elementos que componen el tipo de comunicación (López García, 2005).

1.1.2. UN MEDIO MASIVO: LA RADIO

Con el objetivo de encaminar esta investigación, se precisa de exponer algunas cualidades de la radio. Pero ¿por qué la radio, particularmente? Debido a que la materia prima de este medio se encuentra en la banda sonora (voz, música, efectos y silencio), así la radio se conforma como el antecedente primario en la diversidad de medios que fincan su existencia en el sonido y dado que el *podcast* también se vincula a este insumo, y la presente investigación tiene como fin establecer claras diferencias con el medio generalista radiofónico, resulta importante conocer las definiciones de la radio como medio de comunicación masiva.

De forma breve se ha enunciado una síntesis de la evolución de la construcción teórica del rol de emisor y el receptor en los medios masivos, así como la diversidad de enfoques en torno a los mismos y algunas características que le son inherentes. En este sentido, ahora es momento de aterrizar todo este bagaje en la definición de un medio en particular: la radio.

Históricamente, la radio se constituyó a partir de tecnologías previamente desarrolladas como el telégrafo y el teléfono y, en este sentido “no nació la radiodifusión propiamente, medio de comunicación social capaz de enviar un mensaje a las masas...” (Romo, 1994, p. 31). Sin embargo, con el tiempo y la necesidad cada vez mayor de poner a disposición de los sujetos un medio capaz de poner la voz humana a distancia y sin hilos, originó lo que hoy conocemos como radiocomunicación, que ha dado origen al medio radiofónico en diversidad de empresas de medios de comunicación.

Justamente el momento histórico que inicia a la radio como un *mass media* fue “el 2 de noviembre de 1920, la KDKA salió al aire como la primera estación formal autorizada, con una emisión que comenzó a las ocho de la noche y concluyó después de la media noche” (1994, p. 38).

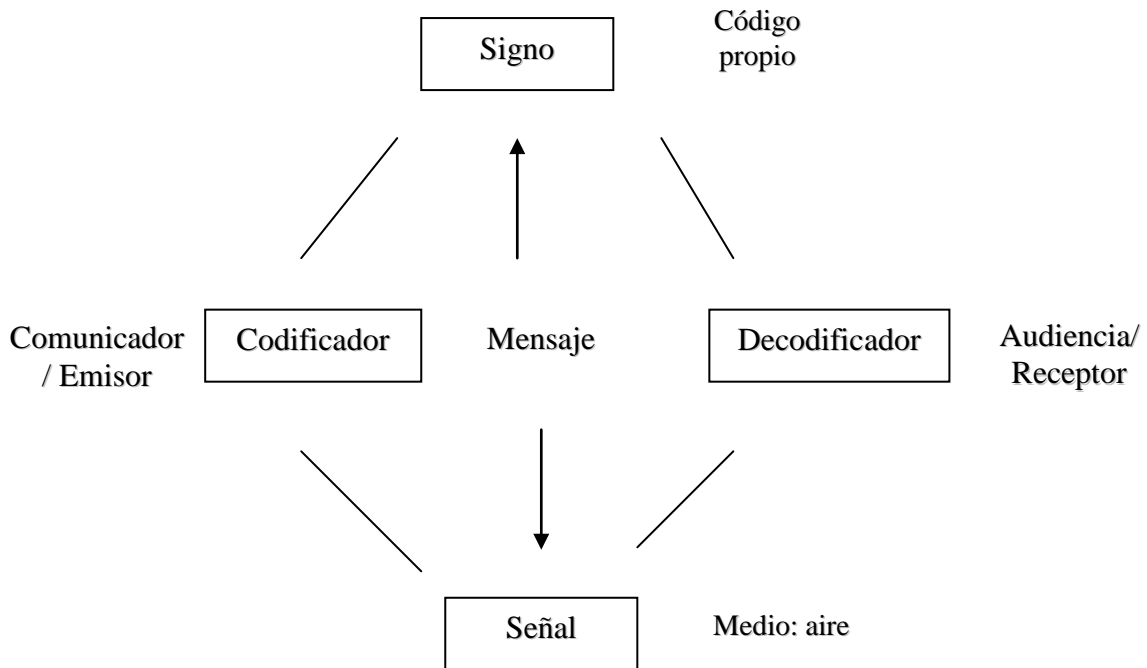
Luego del acontecimiento antes señalado, la radio comenzó a perfilarse como un instrumento capaz de transmitir mensajes significativos a gran cantidad de sujetos. Su rápida utilización masiva en un corto espacio de tiempo, es motivo suficiente para modificar las pautas de la relación social. La progresiva configuración de la radio como un *mass media* estableció a la audiencia como una entidad básica

para el análisis de los nuevos fenómenos vinculados con la introducción de los nuevos instrumentos de comunicación. De esta manera, las masas fueron concebidas sólo como destinatarios de los mensajes; las masas no se comunican a través de los medios; son los propietarios de esos medios quienes comunican algo.

En la tesis de licenciatura denominada *Cultureando: Propuesta de programa radiofónico para jóvenes en el Distrito Federal* (2006), elaborada por la que suscribe la presente investigación, se abordó el fenómeno de la comunicación radiofónica como un medio de comunicación masivo, en donde se señala que este *mass media* se ha distinguido por su cualidad de “generar imágenes mentales que a diferencia de otros medios, éstas no están limitadas por espacios, ni por pantallas, ni por colores, ni por sonidos” (p. 1), pero estos elementos no son suficientes para establecer una clara diferencia en su vinculación con la audiencia, porque finalmente continúa manteniendo a sus receptores en un plano de meros decodificadores de mensajes lanzados por el propio medio.

En este sentido, el proceso de transmisión radiofónica puede entenderse en términos del modelo proporcionado por Shannon y Weaver, mismo que tiene toda su adhesión a la construcción de los medios de masas, aunque en un primer momento este modelo se estableció con base “al comportamiento de las señales en un circuito electrónico de telefonía” (Gallardo, 1990, p. 118). Así, a partir del siguiente esquema es posible identificar el rol de los diversos elementos que componen la comunicación radiofónica.

**Esquema No. 1:
Modelo de la comunicación radiofónica
de acuerdo a Ma. Cristina Romo Gil**



Fuente: Romo Gil, 1994, p.18

De esta manera, el esquema puede interpretarse de la siguiente forma:

Se lleva a cabo una primera codificación que consiste en utilizar un lenguaje presentación y estilo acordes con el medio y que sean comunes al receptor. Después aquella emisión de la fuente o comunicador pasa al transmisor (segunda codificación) transformándolo en ondas hertzianas las cuales viajarán a través del aire (canal) con destino al aparato receptor que nuevamente convertirá las ondas en el mensaje original. Finalmente el público decodificará el mensaje (Cortés y Fernández, 2006, p. 6).

Como se puede notar, no existe un elemento que apele a un proceso participativo por parte de la audiencia. Si bien es cierto que existen algunos medios que posibilitan el contacto con los emisores –como el teléfono, el correo tradicional y algunos otros medios cimentados en la Red- y, además de la actual tendencia tanto de la radio como de la televisión a establecer programación definida de acuerdo a un perfil específico de audiencia, también es cierto que estas intervenciones y el enfoque temático de las producciones, aún no acerca a los sujetos que conforman a

la audiencia a una cooperación en la construcción del medio. Porque aunque la radio encuentre en sus características que el coste para su realización es relativamente menor que los empleados en la producción televisiva, todavía no ha llegado el día en que algunos hogares cuenten con transmisores para esta clase de productos o, en su defecto, empresas que otorguen el servicio de renta de transmisores para fundar una estación radial propia.

En este tenor, la radio como medio masivo adquiere dotes específicos:

- Se halla establecida a partir organizaciones sociales complejas, es decir, a partir de empresas radiofónicas.
- A pesar de la actual especificidad temática que cada estación pueda tener, aún se siguen dirigiendo a públicos muy amplios, lo que nos lleva a establecer que
- Los mensajes vertidos por el medio radiofónico se configuran como de carácter público y , por tanto están abiertos a todos los escuchas en general, lo que origina
- Públicos heterogéneos.

Sin embargo, la actual realidad mediática para algunos sujetos, con la irrupción de Internet en los últimos años, ha abierto un nuevo espacio comunicativo mediante el cual prácticamente cualquiera puede publicar el mensaje que desee.

La historia nos demuestra que mientras desde la invención de la imprenta hasta la generalización de los periódicos transcurrieron varios siglos, desde la invención del cine hasta la generalización de la televisión sólo transcurrieron unas decenas de años. ¿Qué nos puede deparar el futuro? Mucha de la investigación actual está centrada en los medios de comunicación clásicos (fundamentalmente: prensa, radio, cine y televisión) cuya característica básica es que parecen no permitir una coparticipación de la audiencia, pero la inserción de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la vida cotidiana están empezando a permitir a los usuarios mayor participación en la construcción y emisión de diversos mensajes sin la compleja infraestructura que los medios masivos de comunicación requieren para poder ser.

1.2. ¿REESTRUCTURACIÓN DE LOS MEDIA? LA CONFIGURACIÓN DE LOS SELF-MEDIA

Sin que esto signifique menospreciar la variedad y la exigencia de la teoría de la comunicación de masas, no cabe duda de que hoy día se precisa de una reconceptualización de aquellos elementos ofrecidos por dicha teoría y que, evidentemente, tiene profunda relación con la cada vez más innegable transformación tecnológica de los sistemas comunicativos, y el uso de las TIC básicamente en lo que para términos de esta investigación se denominarán como espacios para la comunicación o *self media*.

Así, que antes de continuar con esta discusión referente a la reconfiguración de los *media*, sirva la acotación en torno a la definición de espacio para la comunicación o *self media* que a su vez, son denominados como nuevos medios por los autores revisados para la construcción de este apartado. Así, el concepto de espacio para la comunicación, *self media* o nuevos medios hace referencia a un presupuesto conceptual que sirve para definir estructuras de comunicación que de un tiempo a la fecha están desarrollando su actividad en Internet.

Los nuevos medios no implican única y exclusivamente lo que en el ámbito de la comunicación de masas se entendía como medios de comunicación periodísticos: prensa, radio y televisión. Antes bien, las formas de comunicación comportan un gran conjunto de acciones variadas y entrelazadas que, en general, consideraremos que son representativas de lo que actualmente se hace en Internet (López García, 2005, p. 34)

Señalado lo anterior, los espacios de comunicación que emergen a través de las tecnologías basadas en Internet se considera otorgan un papel mayormente participativo de las acciones de los usuarios en el intercambio comunicativo, que posibilita condiciones de cooperación activa en las decisiones de las informaciones que compondrán el intercambio. Así, se cree que los usuarios estarán en condiciones de definir la emisión de las informaciones...

{...} que en las pantallas de los nuevos *media* interactivos no aparecen ya imágenes derivadas de la irradiación de señales articuladas a distancia, sino imágenes (que pueden estar compuestas incluso por un texto escrito) solicitadas o, en cualquier caso, dirigidas hacia una superficie por el mismo

usuario que pueda seleccionar la información deseada y utilizarla cuando quiera (Bettetini, 1995, p.156).

El hecho, además, de que los usuarios adquieran la posibilidad de selección de las informaciones, estos espacios de comunicación permiten determinar la sucesión participativa de los sujetos en el ámbito del intercambio comunicativo.

En este sentido, los nuevos medios de comunicación realzan la segmentación de la audiencia que, aunque masiva en cuanto a su número, ya no es de masas en cuanto a la simultaneidad y uniformidad del mensaje que recibe, ya no son medios de comunicación de masas en el sentido tradicional de envío de un número limitado de mensajes a una audiencia. Debido a la multiplicidad de mensajes y fuentes, la propia audiencia se ha vuelto más selectiva tiende a elegir sus mensajes, por lo que profundiza su segmentación y mejora la relación individual entre emisor y receptor.

Se entiende, por tanto, que se quiebra parte del esquema unidireccional provisto por los *mass media* y, a través de Internet emergen nuevas vías de comunicación que permiten –como ya se dijo- un esquema de coparticipación más significativo por parte de los usuarios.

Así, por ejemplo, en los nuevos medios se producen interacciones relacionales dialógicas entre individuos (comunidades virtuales), procesos de relación de naturaleza físico-virtuales (como en el caso de las redes ciudadanas); procesos de búsqueda e indexación (buscadores y directorios); procesos de creación de información de naturaleza individual (bitácoras), etcétera (López García, 2005, p. 34)

Aunque, cabe agregar que esta coparticipación se encuentra determinada por una serie de factores que se abordarán posteriormente.

Ahora bien, definido lo que se entenderá por espacio de comunicación, nuevo medio o *self media*, es pertinente regresar al tema de la reestructuración de los *media*.

Bajo el intento de concebir la esfera de la comunicación vinculada a los desarrollos tecnológicos e ir perfilando algunas cualidades de los *self-media*, se necesita comprender que la computadora sufre una mutación como instrumento informático para convertirse en un soporte para la comunicación.

En este sentido,

“la difusión de los instrumentos informáticos a gran escala corresponde también a una transformación del papel del usuario, que ya no es sólo el individuo dotado de una fuerte competencia informática en condiciones de programar el computador sobre la base de complejos códigos, sino el usuario de un instrumento ya programado que utiliza como soporte de su actividad” (Bettetini, 1995, p. 21).

Y si a ello le sumamos la convergencia digital y la cada vez mayor oferta vinculada al desarrollo del software, a través de la Red, se puede encontrar que la diversificación de canales para la información ha “permitido la realización de sistemas multimedia en condiciones de contener y procesar varios tipos de datos” (Bettetini, 1995, p.22) que originan el estado individual del consumo –por llamarlo de alguna manera- de estos nuevos medios.

Esta transformación llegará a implicar unas profundas alteraciones del uso de los medios, algunas de ellas ya evidentes –en mayor o menor grado según las clases sociales y el desarrollo de los países-, muchas de ellas ya entrevistas por las experiencias en curso en los países más avanzados en materia de tecnología comunicativa (Moragas, 1985, p. 16).

Así, las transformaciones registradas y anunciadas en el terreno de las TIC han ido penetrando las diversas esferas de acción de los sujetos y con ello la idea de que nos encontramos ante una revolución cuya transformación nos ubicará en un nuevo mundo.

La definición de este escenario, apoyada en la denominada autopista de la información, como no podía ser de otro modo, ha llevado la discusión desde la perspectiva de los entusiastas y los pesimistas. Los unos pronostican el advenimiento de la opulencia informativa, de la diversidad de la oferta, de las posibilidades de elección individual, de la libertad, de la democracia, de la comunicación global en fin. Los otros auguran los peligros del control monopolístico, del aislamiento social, de la fragmentación, de la decadencia de la esfera pública, de la amenaza de las identidades, de la discriminación (Trejo, 2006).

Pero más allá de estos enfoques, lo que si es un hecho es que la configuración de la supercarretera de la información apela a la práctica de una red global de TIC por la que pueden circular todo tipo de servicios electrónicos tales como el audio, video, texto y datos, así como la integración de los mismos a través del multimedia. Esta acumulación de sistemas y la multiplicación de canales usados simultáneamente son posibles gracias a la digitalización y la revolución digital.

La imbricación de la tecnología digital con las telecomunicaciones -es decir, con el envío de mensajes a distancia- ha dado lugar a los nuevos medios de comunicación... Digitalización y telecomunicaciones propician la integración -también llamada convergencia- de medios que se habían desarrollado por separado (Trejo, 2006, p. 32 y 33).

En este sentido, para hacer realidad esta transformación se requiere de una importante transformación de las infraestructuras de telecomunicación, además de la convergencia entre industrias que se están topando con muchas dificultades. Y pese a ello la convergencia digital es un hecho que cobra una extraordinaria corporeidad.

Sin embargo, la incorporación de estos inventos en materia de tecnología de la comunicación no significa su absoluta implementación en la sociedad, sino que, muy por el contrario, esta adhesión precisa de diversas condiciones, algunas referentes al orden económico que tienen relación directa con la capacidad adquisitiva de los usuarios y otras que dependen del propio desarrollo tecnológico en general, es decir, poseer el acceso incondicional a la propia innovación tecnológica.

Dicho de otro modo, el estado de convergencia digital actual nos lleva al estado de brecha digital en donde la centralidad en cuanto acceso y uso de las TIC tiende a dispararse en cantidad de cifras de datos estadísticos. Un país, como Estados Unidos, por ejemplo, cuenta con un mercado interior capaz de otorgar expectativas de retorno a cualquier inversión, con un dominio en los mercados exteriores que permite tener expectativas de negocio para los productos exitosos, una sofisticada industria de telecomunicaciones e innovadora industria informática y una experimentada industria audiovisual, aspectos que pueden perfilar -sin ningún

inconveniente- a este país como uno de los mejores escenarios teóricos para la plasmación de la convergencia.

A toda esta condición hay que sumarle la necesaria y cada vez más urgente necesidad de emprender estudios vinculados con el desarrollo de la tecnología, su inclusión en los procesos de la comunicación y, por tanto, el establecimiento de nuevas pautas epistémicas que propicien una esfera creadora de sentido para el escenario no por venir, sino para el contexto actual que cada día es más vívido para más sujetos en el globo terrestre.

{...} la revolución de los medios informáticos afecta a todas las fases de la comunicación, y abarca la captación, la manipulación, el almacenamiento y la distribución; así como afecta también a los medios de todo tipo, ya sean textos, imágenes fijas y en movimiento, sonido o construcciones espaciales. ¿Cómo comenzar a delimitar los efectos de este cambio fundamental? ¿Cuáles son las maneras en las que nuestro empleo de los ordenadores para grabar, almacenar, crear y distribuir medios, los vuelven <<nuevos>>? (Manovich, 2005, p. 64).

En este tenor, Moragas (1985) establece dos vertientes bajo las cuales se precisa construir el estudio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC):

- a) **el aumento de las posibilidades de interacción no sólo de los individuos entre sí, sino de los individuos con las computadoras, y**
- b) la transformación de los espacios de recepción no sólo en la dirección de la transnacionalización, sino, al mismo tiempo, en la de la mediación tecnológica de los procesos interindividuales o de ámbito local" (Moragas, 1985, p.18).

Por otro lado, la Dra. Delia Covi Druetta (2006) amplía la gama de posibilidades de construcción de la ola mediática erigida a partir de la diversidad de los recursos de la Red:

1. El proceso de comunicación como objeto de estudio se ha redimensionado {...}
2. La información y la comunicación se han transformado en insumo y producto de los nuevos procesos sociales.

3. **A partir de las TIC, es necesario repensar los modelos comunicativos, tomando en cuenta las condiciones en que se establecen las relaciones mediadas por esas tecnologías.**
4. Es necesario realizar estudios críticos sobre la fundación social de la comunicación, referidos tanto a la economía política de los nuevos medios, como a sus contenidos y al impacto que estos procesos tienen en los individuos.
5. Las estrategias de comunicación {...} (2006, pp.22 y 23).

En este sentido, tanto Moragas (1985) como Crovi (2006), al plantear esta gama de posibles estudios, abren dos caminos principales, mismos que son los que tientan el origen de esta investigación. Dichos tópicos –señalados en negrillas– atacan objetivos netamente relacionados con los estudios de la comunicación y que necesariamente antes de ser incluidos como tal deben procesarse a partir del análisis de su propio contexto. Tal contexto, actualmente es inexistente dentro de la teoría de la comunicación, sin embargo la teoría correspondiente al estudio de los *mass media* ofrece una vertiente que considera las transformaciones tecnológicas, misma que los clasifica como “media telemáticos (porque combinan telecomunicaciones e informática)” (McQuail, 2001, p. 55).

De esta manera,

“los nuevos media, como también se le llama a veces, empezaron a aparecer a partir de la década de los setenta y no son sino un conjunto de tecnologías electrónicas con diversas aplicaciones que todavía distan de ser ampliamente reconocidas como medio de comunicación de masas e, incluso, de que se formule una definición clara de sus funciones” (McQuail, 2001, p. 55).

Sin embargo, dado este panorama se puede hallar una postura que data de la década de los 70's en donde Jean Cloutier, investigador de la Universidad de Montreal en Canadá, “examina la comunicación no ya en términos de tecnología o de “sistema”, sino tomando como centro de interés el *homo communicans*, esto es, el hombre que entra en la era de la comunicación individual” (Galeano, 1997, p. 47).

Asimismo, Cloutier revoluciona la investigación en comunicación y pretende exponer que los modelos clásicos de la comunicación ya no son funcionales. Para comprender el contexto bajo el cual se comienzan a gestar el fenómeno del uso de lo que él ha denominado como los “automedios”. “La comunicación ha sobrepasado el estado de fenómeno de masa para volverse individual. Los automedios (*self-media*) han sobrepasado los medios masivos” (Galeano, 1997, p. 47).

EMIREC personifica el carácter estímulo-respuesta de cada hombre. Es el *homo communicans*, que tiene cinco sentidos, mucho de creatividad, una imaginación que él desprecia y un intelecto del cual está muy orgulloso. Es una personificación del hombre moderno que dispone de lenguajes múltiples {...} (Galeano, 1997, p. 47).

Cabe destacar que esta propuesta se fundamenta a partir de un modelo de comunicación basado en la interacción dialógica de dos participantes, es decir, que la idea principal de este supuesto parte de la comunicación interpersonal.

Sin embargo, la propuesta dada por Cloutier amplía el paisaje bajo el cual hoy día se gestan procesos comunicativos más complejos a partir de concebir a la comunicación en tres etapas: comunicación de elite, comunicación de masas y comunicación individual; estableciendo que en esta última...

“{...} es EMIREC, y no ya el medio, quien constituye el centro de la comunicación. Él está, a la vez, rodeado por otros EMIREC y por medios múltiples, porque se comunica con otros hombres y emplea diferentes medios de que dispone para emitir o recibir, él mismo, mensajes” (Galeano, 1997, p. 48).

De esta manera, la idea de *emirec* propone virar la mirada en el estudio de la comunicación y reconsiderar el papel actual que los sujetos juegan a partir del reconocimiento de sus habilidades y su posibilidad de incorporación a diversos sistemas comunicativos ampliados, hoy día, por la vasta oferta que Internet representa.

Por su parte, Alvin Toffler reconocido futurólogo y no un estudioso de tiempo completo de los fenómenos de la comunicación, actualmente se ha convertido en

una referencia obligada a fin de comprender y sumar elementos que signifiquen y construyan una esfera totalizadora del panorama que las TIC. Así, apropiarse del pensamiento de este investigador no es extrapolarlo a un área que no le sea a fin, sino es cimentar el contexto del objeto de la investigación.

En este sentido, Toffler (1981) en su texto *La Tercera Ola*, proporciona un extenso panorama contextual que referencia el proceso evolutivo bajo el cual no sólo la economía se ve afectada por las decisiones socio-políticas, sino que también la tecnología y con ello los medios de comunicación comienzan adquirir características diversas que los llevan a reconfigurar la participación de los sujetos en los mismos, trasladando el estado de medios masivos –configurados en la segunda ola- a un estado de “medios desmasificados” (p. 105).

A todo lo largo de la Era de la segunda ola, los medios de comunicación de masas se fueron haciendo cada vez más poderosos. En la actualidad se está produciendo un cambio sorprendente. A medida que avanza la tercera ola, los medios de comunicación, lejos de extender su influencia, se ven de pronto obligados a compartirla. Están siendo derrotados en muchos frentes a la vez por lo que yo llamo los <<medios de comunicación desmasificados>> (p.105).

Bajo este enfoque, Toffler expresa la movilidad de las personas en un marco de desarrollo de sistemas de comunicación individuales, en cuya perspectiva no hay emisores estáticos y receptores pasivos que se limiten a consumir los contenidos que ofrecen los medios convencionales.

Ante este panorama el autor propone un nuevo actor comunicativo: el *prosumer*. Aunque el término se sitúa bajo un contexto económico, Toffler reflexiona y apunta “hacia la despersonalización de los bienes y la necesidad de adoptar y personalizar los productos” (HISPACOOOP, 2008, p. 8), por consiguiente el ya citado enunciado es plausible de trasladarse al ámbito de la comunicación y, en especial, al papel que juegan los sujetos en los actuales ambientes comunicativos creados por Internet.

Así la figura *prosumer* obliga a actualizar los modelos de comunicación que se han conseguido articular en el devenir histórico de las ciencias de la comunicación para explicar la comunicación masiva.

1.2.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS SELF-MEDIA

Dado el contexto anterior, que describe una esfera plural y cambiante en materia de medios de comunicación, se precisa de escudriñar diversas propuestas que permitan esclarecer mínimamente el panorama que ofrece la actual comunicación digital.

Aunque el análisis de la comunicación estuviera volcado al estudio de la comunicación de masas, siempre ha contemplado la existencia de una pluralidad de formas comunicativas. Pero es en la Red donde éstas experimentan su máximo desarrollo y se integran, además, en un ecosistema caracterizado por un alto grado de hibridación (López García, 2005, p. 60).

Así en este escrutar se requiere de constituir las cualidades de esos espacios para la comunicación que la Red ha proporcionado a sus usuarios y que bien hoy se denominan *self media*.

En este sentido, Alonso y Martínez (2003), señalan que la naturaleza innovadora de Internet y la constante experimentación que se lleva cabo en este espacio, complica la tarea de conceptualización de los nuevos medios. Sin embargo, resulta pertinente caracterizar algunos elementos que les son propios –a los nuevos medios- y permiten diferenciarlos de los *mass media*:

1. Digitales, por cuanto utilizan la tecnología de unos y ceros para la difusión de sus mensajes.
2. Interactivos, porque permiten la relación y la participación del usuario con el medio, con los emisores y con otros cibernautas.
3. Personalizados, puesto que las herramientas de interacción ofrecen, también, la posibilidad de seleccionar contenidos, en virtud de intereses y motivaciones particulares.
4. Multimedia, ya que poseen capacidades técnicas para combinar palabra, sonido e imagen.
5. Instantáneos, gracias a la viabilidad de la actualización constante.

6. Hipertextuales, por cuanto actúan como gigantescos reservorios de archivos de documentación.

7. Universales, porque gozan de perspectivas de distribución mundial.

8. Innovadores, puesto que emplean, para la presentación y tratamiento de la información, géneros, formatos textuales y estrategias discursivas, basados en la originalidad (Alonso y Martínez, 2003, p 271).

El listado citado, hace referencia a las potenciales características que bien pueden poseer estos nuevos medios, ya que los autores -insistiendo en la idea de constante experimentación- apelan a que dichas características bien pueden ser modificadas con el devenir del tiempo y sobre todo, a partir de los usos que de estos espacios de comunicación se lleven a cabo.

Por otro lado, Denis McQuail (2001), propone más características que pueden ser añadidas a las anteriores y que explican de manera más concreta y sencilla el rol diferenciador de los *mass media* a los *self media*:

Sus principales características a diferencia de los <<media antiguos>>, son: descentralización (el suministro y la elección ya no están en manos del proveedor); gran capacidad (la transmisión mediante cable o vía satélite supera las anteriores limitaciones de costes, distancia y capacidad); interactividad (el receptor puede elegir, responder, intercambiar y estar conectado directamente con otros receptores); y flexibilidad de formas, contenidos y usos (McQuail, 2001, p. 55).

McQuail (2001), señala que estos atributos han venido a llenar algunas lagunas entre los medios de comunicación. “Ahora se puede utilizar un mismo medio para, indistintamente, usos privados o públicos y tanto para la recepción como para la producción propia {...}” (p. 56).

En términos generales, la caracterización que de estos nuevos medios hace el autor, pone de manifiesto la necesaria distinción de las actividades de comunicación propias de las instituciones mediáticas (*mass media*), respecto a las llevadas a cabo en el marco de la convergencia tecnológica, es decir, en el marco de los nuevo medios.

Finalmente, Gianfranco Bettetini (1995) en su texto *Tecnología y Comunicación*, precisa algunas de las características que poseen los nuevos medios y enuncia, de manera parcial, tres características atribuibles a estos.

Cabe agregar que dichas particularidades se encuentran fundamentadas a partir del “<<mapa de la industria de la información>> elaborado por John McLaughlin” (p.24). Dicho mapa funcionó como instrumento de ubicación del “panorama de las tecnologías de soporte a la comunicación” (p. 25) en el que Bettetini soporta parte del trabajo descriptivo realizado en su texto y dicha exploración responde a la necesidad de identificar una...

{...} aproximación de cada nuevo medio de comunicación a la dimensión de producto o de servicio; y por la relevancia del soporte respecto del contenido. A través de este instrumento es posible evidenciar cómo los nuevos *media* se sitúan en una posición central, de intersección entre las diferentes industrias que producen instrumentos de soporte a la comunicación (Bettetini, 1995, p. 25).

De esta manera, Bettetini (1995) establece algunos criterios de clasificación y determinación de las diversas características de los *self-media*:

1. {...} los nuevos media se sitúan en una posición central, de intersección entre las diferentes industrias que producen instrumentos de soporte a la comunicación.
2. {...} pertenecen a una dimensión intermedia entre producto y servicio (...) se configuran como un intento de <<proporcionar algo vendible que llene el espacio entre forma y sustancia (soporte y contenido) de la información>>.
3. {...} estos medios se pueden subdividir -en relación a su configuración tecnológica- en nuevos *media* usables *on line* y *off line*. Los primeros implican la presencia de una red que ponga en comunicación un terminal y una fuente de informaciones u otro terminal. Los segundos están constituidos por posiciones de trabajo autónomas que ya contienen en sí la fuente de informaciones o el programa a utilizar, o en las que pueden introducirse soportes ópticos de memoria que contienen bancos de datos o cursos interactivos” (Bettetini, 1995, p. 25)

Como es notable, estas cualidades apelan a suerte de descripción estructural de la constitución de estos nuevos medios, en donde impera la visión tecnológica como un factor clave en su definición.

Más allá de estas clasificaciones que permiten caracterizar algunas manifestaciones en el ámbito de las TIC, su análisis desde el punto de vista estructural pone en evidencia la posibilidad de no atribuírseles muchas de las características tradicionalmente consideradas para los *mass media*.

Son las posibilidades técnicas de los nuevos medios las que permiten ese paso de la comunicación de masas a la comunicación segmentada, personalizada e individualizada, donde se produce un cambio sustancial en las relaciones entre emisor y receptor: este último deja de ser receptor pasivo y pasa a ser un sujeto activo –interactivo-, con capacidad de elección y participación en el nuevo medio (Alonso y Martínez, 2003, pp. 270 y 271).

En estas nuevas configuraciones mediáticas probablemente nunca se llegue a hablar de un consumo promedio de estos nuevos medios, debido a que cada usuario hace necesariamente una utilización personal e imprevisible de aquellos espacios de comunicación. Asimismo, se ha evidenciado que una de sus características más importantes es la interactividad, mientras que una de las cualidades más notables de los *mass media* clásicos es la del “*one way communication*”, es decir, la unidireccionalidad a la que se hacía referencia al inicio de toda esta disertación.

En resumen, a pesar de que día a día los procesos de innovación tecnológicas se han infiltrado poco a poco en la vida cotidiana de los sujetos, se precisa de emparentar ambas formas de comunicación ya que gradualmente unas son sucesoras de otras, pero en la medida en que los usos se diversifiquen la configuración de su estudio debe ser reconsiderada, no sólo en los términos de la propia innovación –en tanto soporte-, sino que también a partir de su interrelación con la comunicación misma.

1.2.1.1. LA INTERACTIVIDAD EN LOS SELF-MEDIA

De acuerdo con la revisión elaborada de algunas de las propuestas en torno a las características de los *self media*, cuando hoy día se habla de medios electrónicos o telemáticos, suele apuntarse de forma casi automática a la interactividad como característica implícita.

La posibilidad de interacción –o interactividad- y comunicación con personas de todo el mundo en tiempo real, hoy por hoy se constituye como uno de los mayores atractivos para los usuarios que ingresan a Internet, en donde las instancias más recurridas para estos intercambios son los e-mail, las listas de distribución, los foros de debate y los chats, haciendo de la co-presencialidad tan sólo otro dato en la realidad, donde las relaciones "cara a cara" ya no son limitante para que los sujetos formen y establezcan relaciones interpersonales (Thompson, 1998).

Por otro lado, la interactividad se ha considerado como una de las características más innovadoras, en cuanto acceso a estos nuevos medios respecto de los medios tradicionales.

En efecto, la configuración tecnológica de los nuevos media determina la superación de uno de los caracteres de la comunicación unidireccional y difusiva propia de los media tradicionales: la ausencia de un *feedback* inmediato, simultáneo a la emisión y enviado al receptor por el mismo canal de transmisión utilizado por el emisor (Vittadini, p. 150).

Ante todas estas posibilidades que la Red proporciona a sus usuarios, podemos hallar una en particular, que ha venido a ofrecernos recursos para ampliar nuestros horizontes comunicativos e incluso cubrir las necesidades de ocupación del ocio: *el podcast*.

El objetivo de esbozar el concepto de interactividad responde a la necesidad de identificación de las posibilidades interactivas que el *podcast* ofrece como nuevo medio y, a partir de ello, identificar si es posible reconceptualizar los roles comunicativos de los sujetos participantes en el desarrollo de este espacio de comunicación.

Sin embargo, antes de definir de manera concreta lo que ha de entenderse como interactividad en esta investigación, resulta pertinente explorar algunos preceptos en torno a este concepto.

McMillan (2002), en el texto denominado *Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: User, Documents and Systems*, lleva a cabo un recuento en torno a la construcción del término interactividad e identifica claramente tres tradiciones en la investigación de esta categoría: interacción humano - humano, interacción humano-documentos e interacción humano-sistema.

En este sentido, McMillan (2002) destaca que la interactividad no es propia de los estudios de los nuevos medios, sin embargo estos espacios de comunicación potencializan la presencia de la misma, otorgándole un singular interés en la exploración de estas formas de comunicación.

A continuación, a manera de tabla, se expondrán las tres tradiciones que McMillan (2002) retoma en su documento:

Tabla No.2
Tradiciones en el estudio de la Interactividad de acuerdo con McMillan

Tradición	Definición	En los nuevos medios...
Interacción humano - humano	Centra su investigación en las formas en que los individuos interactúan unos con otros. Esta tradición se basa en la investigación en comunicación humana.	Con la presencia de los nuevos medios esta interacción ahora se conoce como interacción usuario a usuario y, entre los consumidores de muchos de estos nuevos medios, el concepto de interactividad está estrechamente ligado al descubrimiento de nuevas herramientas para facilitar las viejas técnicas de la comunicación humana.
Interacción humano - documentos	Las personas interactúan entre sí, pero también con los documentos y los creadores de estos documentos.	Nuevas formas de interactuar con los documentos emergen en estos nuevos medios, como evidencia de una navegación y participación activa en diversas páginas de Internet.
Interacción humano-sistema	Además de las anteriores acciones, dentro de los procesos de interacción también es posible identificar la que se lleva a cabo a partir del uso de la computadora o cualquier otro tipo de sistema de nuevos medios que posibilite la comunicación	Esta interacción es observable en la medida en que los usuarios emplean – en distintos niveles de uso- los recursos tecnológicos, principalmente, la computadora y las herramientas que puede proveer a los usuarios, con su respectiva conexión a Internet.

Fuente: McMillan, 2002.

Es importante destacar que la tabla únicamente muestra, a grandes rasgos, la definición que la autora realiza en torno a estas tradiciones, ya que en el total del texto, es posible remitirse a otra variedad de estudios que han apoyado la definición de la interacción en estos tres niveles y cómo es que entre estas tradiciones se pueden encontrar concordancias que dan solidez al planteamiento de McMillan.

Por otro lado, la revisión elaborada por la autora, de la que emanan las tradiciones ya señaladas, otorga valor significativo al concepto de interactividad. En el sentido de identificar a ésta en distintos momentos dependiendo el fenómeno interactivo a estudiar, es decir, desde el usuario, desde el documento o desde el sistema, o en su defecto alguna combinación de las tres.

La revisión y propuesta realizada por McMillan (2002) sirven como marco de referencia para no olvidar y tener presente que el concepto de interactividad encierra más trabajo de investigación del que el campo de estudio de los nuevos medios provee hoy día y, en ese sentido, tener en cuenta que al retomar dicho concepto, resulta pertinente establecer a qué clase de interactividad se está haciendo referencia e identificar el marco situacional bajo el cual se está generando dicho fenómeno.

En este sentido, por su parte, Thompson (1998b) manifiesta claramente, que ante la inserción de tecnologías diversas en los entornos comunicativos...

{...} el desarrollo de los medios de comunicación crea *nuevas* formas de acción e interacción y *nuevos* tipos de relaciones sociales, formas que son completamente diferentes del tipo de interacción cara a cara que ha prevalecido a lo largo de la historia de la humanidad. También provocan una reordenación de las pautas de interacción humana a lo largo del espacio y el tiempo (Thompson, 1998, p.116).

Ante esta situación, el autor plantea la necesidad de reestructurar el espacio y el tiempo a partir del estado de convergencia que el desarrollo de las TIC ha propiciado. Aunque el autor no se remonte como tal al concepto de TIC, en la redefinición espacio-temporal de la acción social, si reflexiona la existencia de esta posibilidad de cambio a partir de la evolución tecnológica, desde el punto de vista del soporte de la información, es decir de quién o qué transporta la información.

Tabla No. 3
Procesos de Interacción de acuerdo con Thompson

Características de la Interacción	Interacción Cara a Cara	Interacción mediática	Interacción casi-mediática
<i>Constitución espacio-temporal</i>	Contexto de copresencia; sistema de referencia espacio-temporal compartido	Separación de contextos; disponibilidad extendida en el tiempo y el espacio.	Separación de contextos: disponibilidad extendida en el tiempo y el espacio.
<i>Alcance de las señales simbólicas</i>	Multiplicidad de señales simbólicas	Estrechamiento del radio de acción de las señales simbólicas.	Estrechamiento del radio de acción de las señales simbólicas.
<i>Orientación de la acción</i>	Orientada específicamente hacia los otros	Orientada específicamente hacia los otros.	Orientada hacia un indefinido número de recipientes potenciales.
<i>Dialógica/Monológica</i>	Dialógica	Dialógica	Monológica

Fuente: Thompson, 1998b, p. 120

Como se puede apreciar en la tabla anterior, Thompson (1998b) distingue entre tres tipos de interacción, en donde las dos primeras (interacción cara a cara e interacción mediática) apelan a orientaciones dialógicas con características particulares para cada tipo de interacción.

En la interacción cara a cara el aspecto de la co-presencialidad es determinante para el flujo de información y comunicación bidireccional, en donde lo que el autor denomina como señales simbólicas se encuentran impregnadas de variedad de características tales como palabras, guiños, gestos, entonación, entre otros elementos propios de la comunicación interpersonal con carácter excepcionalmente presencial.

En cuanto a la interacción mediática, misma que Thompson define como aquella que “{...} implica el uso de medios técnicos (papel, cables electrónicos, ondas electromagnéticas, etc) que permiten transmitir información {...} a individuos que están en lugares distantes, alejados en el tiempo {...}” (Thompson, 1998b, p. 117), el autor acota que los participantes de esta interacción no comparten el contexto espacio-temporal aumentando la posibilidad de ambigüedad en los mensajes emitidos. Sin embargo, los participantes de esta interacción tienen la posibilidad, en tanto emisores y receptores, de intercambiar información a través de estos recursos, de ahí también el carácter dialógico, pero diferenciado de la interacción cara a cara, que tiene la interacción mediática.

Finalmente, en la propuesta dada por Thompson, es posible identificar la interacción casi-mediática, que a diferencia de las dos primeras, lo que resalta de ésta es su carácter monológico en donde los mensajes que se emiten son producidos para un indefinido y potencial grupo de receptores, con carácter unidireccional y, por tanto, no posee el grado de reciprocidad manifiesto en las dos categorías anteriores.

A partir de esta clasificación, el autor no pretende distinguir tajantemente las situaciones de interacción que se pueden presentar en la realidad social. “Por el contrario, muchas de estas interacciones que surgen en el día a día pueden indicar

una mezcla de diferentes formas de interacción; poseen, en otras palabras, un carácter híbrido” (Thompson, 1998b, p.120).

Por su parte, Alonso (2006), establece dos niveles de interactividad que ofrecen “{...} una primera aproximación entre las diferentes formas a través de las cuales la interactividad puede desplegarse en un contexto virtual” (Alonso, 2006, p.91). Pero cabe agregar, que la propuesta realizada por este autor se encuentra fundamentada a partir de los preceptos señalados por Thompson (1998b).

De esta manera, Alonso (2006) en el texto llamado *Comunicación Virtual: Elementos y Dinámicas*, señala que...

La interacción de Internet es de una potencialidad heterogénea, en el momento que hay diversas maneras de desarrollarla –diversos modos de interacción o *modos interactivos*: foros, chats, listas de distribución, textos hipertextuales, grupos de noticias, etcétera- en donde cada uno aporta unas dimensiones espacio/temporales específicas, no pudiéndose apreciar en ninguno de ellos formas de co-presencia de los individuos que se relacionan. (Alonso, 2006, p. 89).

Cabe añadir, que a partir de la revisión de la bibliografía que Alonso (2006), hace sobre los niveles de interacción sugeridos por Thompson (1998b), el primer autor entiende que el concepto de interacción es el punto de partida de análisis al tránsito a la interactividad, es decir, comprende que la interacción se da en el marco de la comunicación dialógica como la plantea Thompson (1998b) y la interactividad retoma este aspecto dialógico pero haciendo uso de las herramientas que la virtualidad provee.

De esta manera, Alonso (2006) señala que la interactividad desplegada en Internet se manifiesta en un doble sentido: a) sujeto/sujeto y, b) sujeto/objeto. Describiendo que la interactividad sujeto/sujeto es la que adquiere el sentido dialógico a partir de herramientas como los chat, las listas de distribución, grupos de noticias, entre otras. Y la interactividad sujeto/objeto, es la que permite un intercambio de información entre un entorno o sistema diseñado para que un usuario determinado codifique una petición y éste le responda.

Asimismo, el autor añade que partiendo de esta distinción es posible llevar a cabo un estudio eficaz de la interactividad en Internet y, a su vez, es preciso partir de los diferentes modos interactivos de comunicación, que propiamente serían lo que hemos venido denominando en este documento como nuevos medios.

Estos modos interactivos de comunicación o nuevos medios, de acuerdo con Alonso (2006) pretenden definir características propias e idóneas para establecer un tipo de comunicación específico y no otro. En ese sentido, el autor sugiere sumar tres atributos que denomina como potencialidades, misma que identifica en tres planos: la condición del espacio, la condición del tiempo y el volumen de individuos participantes; elementos que pueden ayudar a caracterizar la interactividad en los nuevos medios.

En conclusión, a partir de la revisión de estos autores y sus propuestas en torno a la interactividad, se entenderá a este concepto como aquellos procesos que impliquen un intercambio de información basado en una plataforma virtual en dos niveles: a) usuario-sistema: asociación del sujeto tanto con el soporte tecnológico (la entidad material), como con el sistema informático que lo dota de uso y b) usuario-usuario: cuando el sistema informático posibilite la participación de un segundo o más usuarios, en donde primará el ámbito de lo dialógico.

Definido este concepto, resulta pertinente especificar cómo funcionará dentro de la investigación, pues bien, la interactividad será la categoría clave que ayude a definir si es posible la reconceptualización de roles en el proceso comunicativo generado a partir de la producción de *podcast*.

En este sentido, se proponen las siguientes dimensiones y aspectos a fin de desarrollar un análisis descriptivo en torno a la interactividad en el *podcast*, cabe señalar que dichas dimensiones y aspectos serán definidos de manera más concreta en el capítulo correspondiente al trabajo de campo de esta investigación.

Tabla no. 4
Dimensiones y Aspectos del Estudio de la Interactividad en el *Podcast*

Dimensión de la Interactividad	Aspecto
Sujeto/Objeto	Adaptabilidad
	Modificabilidad
Sujeto/Sujeto	Comunicación

Fuente: Elaboración propia fundamentada en los preceptos de McMillan(2002), Thompson (1998b) y Alonso (2006).

Cabe añadir que tanto las dimensiones como los aspectos señalados en la tabla anterior se enriquecerán con una serie de variables –mismas que serán presentadas en el trabajo de campo de esta investigación- que permitirán identificar de manera más concreta los elementos que se consideran viables para la indagación en torno al posible reconceptualización de roles en el proceso comunicativo a través de la producción de *podcast*.

A través de los elementos enunciados en la tabla no. 4 se diseñará una matriz de datos que permita identificar los niveles de interactividad en los que se desenvuelven los *podcast* seleccionados para este estudio y, así extraer algunas observaciones en cuanto al entorno digital de este *self media* en el cual se abundará en el capítulo segundo de esta investigación.

1.2.1.2. LA ENTIDAD DESTRÁS DE LOS SELF-MEDIA: EL PROSUMER

Ya se mencionaba en el apartado correspondiente a la reestructuración teórica de los media la importancia de considerar el actual entorno tecnológico que ha venido a irrumpir en la esfera de la comunicación y en ese devenir resulta evidente configurar las cualidades que estos ecosistemas comunicativos tienen consigo.

No sólo las características que entrañan las TIC a nivel de su soporte tecnológico evidencian la posibilidad de reconceptualización en dichos ambientes, sino más bien las unidades que ejecutan la tecnología se manifiestan como principales elementos de análisis, que a través de su uso, aportan las reales diferencias respecto al entorno análogo vinculado a los medios masivos de comunicación.

Los discursos elaborados a partir de la introducción de las tecnologías de la información en nuestras sociedades han puesto de manifiesto, efectivamente, la aparición de un nuevo paradigma de comunicación que, entre otras cosas, preconiza la transformación del tradicional concepto de audiencia al novedoso término de usuario. Desde una perspectiva general – e incluso cabe decir que hasta simplista–, puede sostenerse que de la sociedad de masas –creada y modelada por los tres grandes medios tradicionales: prensa, radio y televisión– se evoluciona a una sociedad en donde el usuario –entendido como sujeto individual o colectivo ajeno a la propiedad de los medios– adquiere un protagonismo especial (mayor o menor) en la producción y distribución del mensaje, entendido éste en sus diferentes versiones (Alonso, 2005).

De esta manera, y retomando la idea del *prosumer* de Alvin Toffler (1981) se explicará parte del actual rol de los sujetos inmersos en el mundo de los *self-media*.

Para ampliar el concepto *prosumer* precisamos de la fragmentación del término.

PRO = PRODUCTOR
SUMER = CONSUMIDOR

P R O S U M E R

En términos generales un productor “es una persona u organización que mediante unos procesos de trabajo elabora o produce un bien, producto o servicio” (Hispacoop, p. 8) y, un consumidor es “una persona u organización que consume bienes o servicios que son proporcionados por el productor o el proveedor de servicio” (Hispacoop, p. 8).

Entiéndanse estos conceptos, en materia de comunicación, como un grupo de personas (productores) que producían el contenido que el resto (consumidores) “compraba” en forma de diarios, revistas, programas de radio o TV, etc. Pero con la aparición del *prosumer*, el proceso se ve modificado.

Trasladando estos conceptos al ámbito de las comunicaciones digitales, a ellos deben sumarse tres más, mismos que configuran la “conceptualización ampliada de la Brecha Digital” (Pérez Salazar, 2006, p. 139), estos son: acceso, uso y apropiación.

Cabe aclarar que para transitar en la esfera del *prosumer*, se deben romper con ciertas barreras que se hallan vinculadas con el concepto de Brecha Digital, mismas que fueron enunciadas en el párrafo anterior.

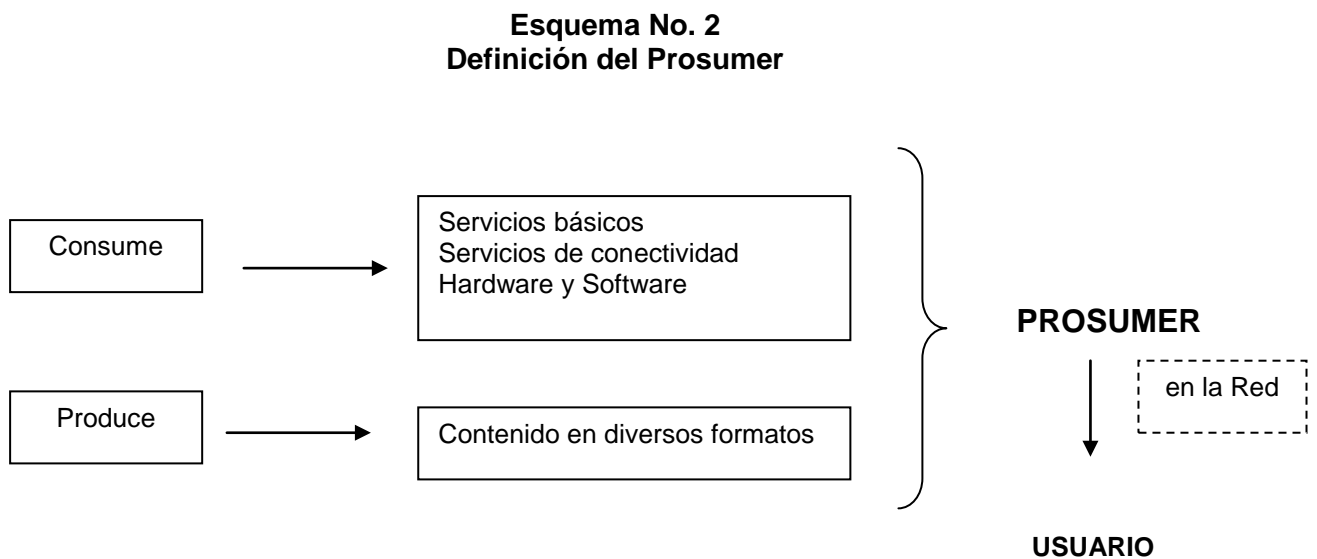
Así, en el campo del acceso “nos referimos a todos aquellos elementos de la infraestructura de telecomunicaciones y equipo (hardware y software), necesarios para poder establecer un enlace a Internet” (Pérez Salazar, 2006, p. 140), ya que de este primer elemento se condiciona la posibilidad de conocer y, por tanto, incorporarse a los actuales sistemas comunicativos generados en la Red.

El segundo elemento por alcanzar compete al ámbito del uso, ya que no sólo poseyendo las herramientas indispensables para establecer la conexión se llega a la figura de *prosumer*, sino que se requieren establecer los fines con que los sujetos se vinculan a Internet. De las actividades que los individuos lleven a cabo en el “ecosistema digital” (López García, 2005) se definen las potencialidades del mismo.

Finalmente, la apropiación. Aspecto definitorio del rol participativo de los sujetos en la esfera de las comunicaciones por Internet, ya que del dominio de la

propia tecnología se configura el camino para la exposición de diversos contenidos, sobre diferentes plataformas.

Bajo estos tres elementos subyace el doble rol que el *prosumer* ejecuta en los espacios de la comunicación digital.



Fuente: Elaboración propia.

La entidad *prosumer* tiene una denominación diferente en los escenarios digitales; su nombre: usuario. Sin embargo, este último no alcanza a comprender todas las acciones que un sujeto activa para vincularse a un *self-media*. Con el fin de alternar a lo largo de la investigación el concepto de *prosumer*, a la noción de usuario agregaremos la de creador (usuario-creador) ya que completa mejor la perspectiva activa del sujeto que se incorpora a los espacios de comunicación de Internet.

En este sentido, la forma de identificar a un *prosumer* o usuario-creador, de un internauta común y corriente es muy simple. Un *prosumer* seguramente será experimentador, gustará de las innovaciones y comentará con otros sus experiencias con productos y servicios en Internet.

Volviendo al tema del papel del usuario-creador en la construcción de los *self-media*, es importante hacer, brevemente, una referencia obligada misma que acentúa la posibilidad de acción del sujeto en Internet, me refiero al fenómeno de la Web 2.0 (del cual ampliaremos su concepción el capítulo correspondiente al *podcast*) mismo que ha facilitado el cambio en cuanto a las prestaciones y conocimientos previos necesarios por parte de los usuarios y consumidores. De esta, forma el fenómeno Web 2.0 puede verse como una evolución de la Web tradicional (Web 1.0) donde la actitud de los usuarios y su participación activa representa una nueva reconfiguración en la disposición de los recursos de información, interacción entre ellos y, como señalaremos más adelante, la creación de *podcasting*.

Gracias a este fenómeno informático, hoy día es posible disponer de un gran surtido de recursos de programación gratuitos y accesibles desde Internet, y que han sido un caldo de cultivo necesario para poder dar lugar a los *self media* y, por supuesto, a los *prosumidores* quienes vivifican la experiencia latente de la construcción de los mismos.

2. EL PODCAST

Como se ha planteado en el capítulo 1, la búsqueda constante del hombre por satisfacer cada vez mejor su necesidad de comunicación ha sido el impulso que ha logrado la instauración de nuevos instrumentos cada día más poderosos y veloces en el proceso comunicativo. Sólo basta una retrospectiva para definir cómo el ser humano ha logrado evolucionar sus formas de comunicación: Desde rudimentarios métodos como la escritura jeroglífica, pasando por la invención del alfabeto y del papel, dando un leve salto hasta la llegada de la imprenta, y apenas uno más para la aparición del teléfono, el cine, la radio y la televisión. Todos estos instrumentos han sido ciertamente un avance en las formas de comunicación del hombre y, prácticamente han sido posibles gracias a la tecnología.

A lo largo de los últimos años el entramado de las nuevas tecnologías ha crecido exponencialmente tanto en número como en complejidad. Un conjunto de tecnologías que englobaría en su más amplia extensión, una Red Universal Digital (RUD) que viene a constituir la infraestructura tecnológica sobre la que se desarrolla en Nuevo Entorno Tecnosocial y de la cual emergen sus propiedades características (Fumero y Roca, 2007, p. 14).

Más información, frecuente innovación, menos tiempo para asimilarla. Un mundo amplio a varios clicks de distancia y el reto constante de darse a conocer, en un lugar donde abundan diversas propuestas. En este espacio tan diverso, los *podcast* logran convertirse en una de las tantas herramientas con que cuenta un usuario para insertarse en Internet.

De esta manera, en el camino hacia la construcción teórica comunicacional del estudio de TIC y particularmente del *podcast*, precisamos definir ¿qué es un *podcast*? Ya que de ello depende la categorización del constructo teórico del propio objeto de estudio.

Definir el concepto, las cualidades informáticas y otras características que configuran al *podcast* son determinantes en esta investigación, ya que a través de todos estos elementos se comenzará a comprender de mejor manera el fenómeno del *podcast*.

De esta manera, el presente capítulo expone una breve reseña en torno a la construcción de lo se ha venido denominando como la Web 2.0, elemento fundamental en la definición del *podcast*, ya que de ésta se contextualizará al propio fenómeno por analizar. Asimismo, retomar la idea de la Web 2.0 permite establecer algunas de las cualidades instrumentales que definen al *podcast* y mismas que lo diferencian de otras posibilidades de comunicación.

Por otro lado, el capítulo incluye información adicional tal como la acepción etimológica de la palabra *podcast* y sus implicaciones, así como otros antecedentes tecnológicos que previamente han construido senderos diversos en la edificación del manejo de archivos de audio y, finalmente, se elabora una breve historia del *podcasting* en donde se puede hallar quiénes fueron los precursores de esta tecnología y cómo se ha insertado, en su incipiente existencia, dentro del gusto de audiencia diversa.

2.1. LA WEB 2.0

Como antecedente de la configuración del desarrollo de *podcast*, es preciso definir y ubicar el término de la Web 2.0, mismo que identifica una evolución en el desarrollo y uso de la Red misma, es decir...

{...} la Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través del web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generen colaboración y de servicios que reemplacen las aplicaciones de escritorio (Van Der Henst, 2005, p.1).

En este sentido, puede inferirse que a partir del desarrollo de dicho concepto se plantean dos generaciones en cuanto al uso de Internet: una primera fase en donde las páginas web se caracterizaban por un entorno mayormente estático, que en lo sucesivo transitó hacia una segunda fase –denominada Web 2.0- con páginas más dinámicas y basadas en aplicaciones¹ de servicio web a los usuarios.

¹ Definamos el término aplicación. Las aplicaciones forman parte del software de la computadora ya que son una serie de programas que han sido desarrollados para facilitarle al usuario la utilización de la máquina para una acción o fin determinados. Es importante resaltar el tema del objetivo porque una aplicación está diseñada y optimizada como una herramienta para un propósito específico, como respuesta ante una necesidad del usuario.

La puesta en línea de *Napster* en 1999, el lanzamiento de las primeras aplicaciones para la publicación de *blogs* (ese mismo año aparece *Blogger* y recién en 2001 aparece *Movable Type*, su principal competidor), y la creación de la *Wikipedia* a comienzos de 2001 fueron paradigmas de esta transformación y generaron las bases de la escritura colaborativa y los otros principios de la Web 2.0 (Pardo y Cobo, 2007, p. 27)

Cuando la *web* inició, se trataba de un entorno estático, con páginas que sufrían pocas actualizaciones y no tenían interactividad con el usuario, por ello la revolución de la Web 2.0 se consideró un fenómeno interesante y rico en posibilidades de acción de los propios usuarios.

El modelo de negocio de la Web 1.0 se limitaba a un espacio de publicación de contenidos corporativos y de servicios, sin participación abierta ni gratuidad en contenidos o servicios de alta relevancia. Las comunidades se formaban fundamentalmente a partir de la oferta de servicios, prescindiendo de espacios para que los miembros publicaran contenidos. Es decir, los usuarios fueron relevantes en tanto eran consumidores (Pardo y Cobo, 2007, p. 28)

Imagen No. 1
Diagrama de funcionamiento de la Web 1.0



Fuente: <http://aysoon.fr/Le-Web20-illustre-en-une-seule-image>

Y también hay que destacar la intervención del usuario: la aplicación permite la interacción entre éste y la máquina, ya que las tareas que ejecuta las hace a partir de las indicaciones del usuario.

Es importante destacar, que la denominación Web 2.0 debe su origen no a un enfoque de orden rigurosamente teórico o academicista, si no más bien debe su génesis a “una tormenta de ideas entre los equipos de *O’Reilly Media* y *MediaLive International* a mediados de 2004, fortalecido por la primera *Web 2.0 Conference* en octubre de ese mismo año” (Pardo y Cobo, 2007, p. 27).

Para 2005 Tim O’Reilly, presidente de *O’Reilly Media* publica el artículo denominado *What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*, en donde el autor “{...} dio un original sustento teórico a un fenómeno y a ideas que estaban tomando forma hacía varios años” (Pardo y Cobo, 2007, p. 27), Aunque cabe destacar que los planteamientos abordados en dicho artículo, responden principalmente a una suerte de divulgación de posibilidades de marketing insertas a partir de un nueva ola de desarrollos tecnológicos sustentados en la tecnología de Internet.

A pesar de la visión de orden económico que plantea O’Reilly en su texto, resulta rescatable la idea de concebir a la Web 2.0 como una nueva etapa en Internet, enmarcada de nuevos proyectos orientados a brindar mejores soluciones al usuario final, en donde el factor uso será el detonante de la evolución del medio.

{...} es evidente que la *World Wide Web* actual no es igual a la Web que existía en 2000 y que aplicaciones de diferente calado y capacidad de relación usuario-herramienta conviven entre sí para darle mayor riqueza a la Web. En ese momento, escasas aplicaciones ofrecían espacios abiertos de acceso, escritura y producción de contenidos de valor añadido en forma gratuita. La base de participación de los anteriores productos era muy limitada: correos del *staff*, formularios de contacto y poco más (Pardo y Cobo, 2007, p. 27).

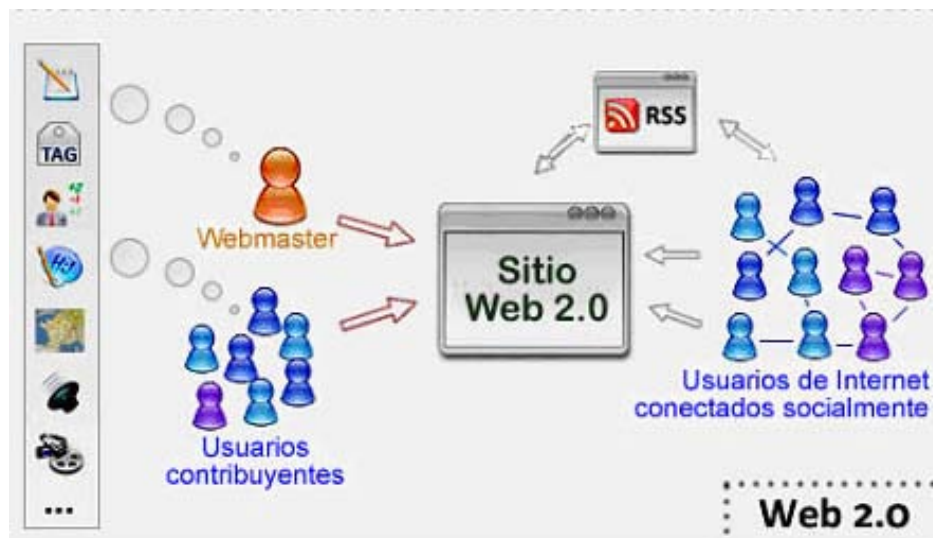
En este sentido, la Web ha tenido una sutil transformación, ya que en ella hoy día se publican contenidos contruidos por variedad de personas, compartiendo recursos y, sobre todo, poniendo a disposición de otros miles de millones de personas aplicaciones gratuitas que van desde espacio virtual para publicar información, compartir motores de búsqueda, intercambiar archivos, etc. Por tanto, se trata de un cambio de actitud y una reconfiguración ideológica de la organización

y uso de la Web. De esta manera, la Web 2.0 no es precisamente una tecnología, sino es la actitud con la que se debe trabajar para desarrollar en Internet.

En el entorno Web 2.0 los usuarios actúan de la manera que deseen: en forma tradicional y pasiva, navegando a través de los contenidos; o en forma activa, creando y aportando sus contenidos.

(...) se rompe el modelo inicial del software cerrado con derechos de uso y bajo el principio de la obsolescencia planificada, para pasar al uso del software como servicio gratuito, corriendo en la propia Web, y en combinación con los datos. Esto representa un cambio en el modelo de negocio y una de las principales ventajas que el usuario puede extraer de esta transformación (Pardo y Cobo, 2007, p. 29 y 30).

Imagen No. 2
Diagrama de funcionamiento de la Web 2.0



Fuente: <http://aysoon.fr/Le-Web20-illustre-en-une-seule-image>

Tal vez aquí es donde se configura la reflexión más importante de la Web 2.0 debido a que en la actualidad se está viviendo esta nueva forma de concebir la Web y los recursos que de ella emanan. En estos días ya se puede acceder a sitios que brindan recursos gratuitos y libres para publicar información, comunicarnos, etc. Y con ello el usuario se reubica, con respecto a Internet, y se convierte en el publicador y administrador del contenido de la misma.

Es, de hecho, la red social la estructura *sociotécnica* que emerge como forma orgánica sobre la que se observan nuevos patrones de uso de las *infotecnologías* en el NET. Una estructura que se impone en todos los ámbitos (personal, laboral/profesional, empresarial o educativo) empujándolos hacia un punto incierto de convergencia. Y con capacidad de autoorganización suficiente para dar cabida a la innovación de usuario como motor de un cambio continuo y sostenible. Eso es lo que conseguirá imprimir una dinámica distinta a la industrial que hoy conocemos (Fumero y Roca, 2007, p. 18).

Se ha descrito que parte de la realidad de la Web 2.0 es la actitud y participación de los usuarios, pero para que este actuar sea posible, es preciso recurrir a las herramientas que la propia Internet exhibe con este fin. En este sentido, algunos de los recursos que existen para ejercitar la intervención de los usuarios son los siguientes:

- **Sindicación de contenidos.**
- Ajax (javascript asincrónico y xml).
- Uso de Flash, Flex o Lazlo.
- Uso de Ruby on Rails para programar páginas dinámicas.
- Utilización de redes sociales al manejar usuarios y comunidades.
- Dar control total a los usuarios en el manejo de su información.
- Proveer APIs o XML para que las aplicaciones puedan ser manipuladas por otros.
- Facilitar el posicionamiento con URL sencillos (Van Der Henst, 2005).

Cabe señalar que los recursos arriba descritos representan sólo unos cuantos ejemplos de las posibilidades, en cuanto a herramientas se refiere, que se encuentran al alcance de los usuarios de Internet y, a su vez, estos mecanismos han coadyuvado a la cada vez más efervescente participación en este entorno.

En esta diversidad, se resaltó en particular la sindicación de contenidos materia clave para la configuración de *podcast* en la Red, del cual se hará mención más adelante y cómo esta tecnología ha contribuido en el acceso a esta clase de productos sonoros.

Finalmente, sólo resta añadir que...

{...} aunque el término Web 2.0 se haya convertido en una palabra utilizada por muchos, su denominación es quizás menos importante que los proyectos envueltos bajo esas características conceptuales y técnicas. En cualquier caso se trata más de una evolución constante de la ecología de los medios que de un momento estático que se introduce en forma revolucionaria (Pardo y Cobo, 2007, p. 33).

2.2. ¿QUÉ ES EL PODCAST?

Iniciemos por definirlo desde el punto de vista instrumental, es decir, desde su constructo informático. Cabe añadir que las fuentes consultadas para la configuración de este apartado son principalmente referencias electrónicas que no tienen un sustento académico formal, sino que basan sus argumentaciones a partir de la experiencia ante el fenómeno, en este caso el del *podcast* y, a su vez, tales argumentos benefician la construcción contextual del fenómeno *podcast* debido a que no se encuentran fuentes de orden académico que aborden esta temática.

Ciertamente, hoy día existen algunas tesis –en versiones electrónicas- que bien podrían hacer las veces de fuentes académicas, pero en la revisión de las mismas se encontraron algunas coincidencias con respecto a las referencias que se hacen en este documento. De ahí la consideración de remitirse directamente a la fuente original.

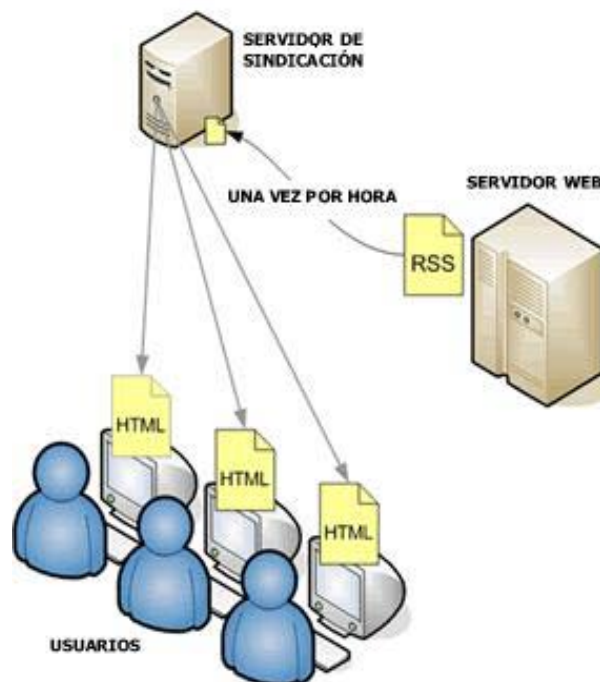
Acotado el punto anterior, es preciso retomar el ejercicio de conceptualización del *podcast*. De acuerdo con el *Libro del Podcasting* (2005), un *podcast* es “la sindicación de archivos de sonido, normalmente MP3, con un sistema RSS que permite suscribirse y descargarlos de forma automática y periódica”.

Es importante destacar que también existen los *podcast* en formato de video, por tanto, es pertinente aclarar que los *podcast* no sólo son archivos de sonido como señala la definición anterior, pero es preciso tener en cuenta que los *podcast* de video también se les conoce como *videocast*, *vidcast* o *vodcast* (Borges, 2009; Muñoz y González, 2009). En lo que compete a esta investigación se referirá como *podcast* a aquellos archivos fundamentalmente constituidos por audio.

Hecha la referencia anterior, para comprender la definición de *podcast* sugerida por el Libro del Podcasting (2005) precisamos de esclarecer algunos de los términos que la componen. En primer lugar encontramos a la sindicación.

La palabra syndicar o asociar contenidos procede del inglés *To syndicate*, que literalmente significa syndicar (formar parte de un sindicato). En inglés tiene otro significado: publicar artículos simultáneamente en diferentes medios mediante una fuente... Es el proceso mediante el cual un productor o un distribuidor de contenidos proporcionan información en formato digital a un suscriptor o a una red de suscriptores, generalmente con el ánimo de que estos los integren en sus propios sitios Web (Sánchez, 2007).

Imagen No. 3
Proceso de Sindicación



Fuente: www.mundotech.com

En este sentido, la sindicación puede ser traducida como la posibilidad de no visitar una página web individualmente para acceder a algún archivo, en este caso a los archivos de audio *podcast*. “Por tanto, la sindicación de contenidos constituye una opción para evitar navegar de una página en otra en busca de información de interés” (Sánchez, 2007).

Por otro lado, la sindicación también puede ser entendida como...

{...} una forma de redifusión (distribución) de información mediante la cual parte de la página Web se pone a disposición para su uso desde otras páginas. Esto puede ser simplemente licenciando el contenido para que puedan usarlo otras personas; sin embargo, en general, la sindicación Web se refiere a ofrecer una fuente Web desde una página Web para proporcionar a otras personas una lista actualizada de su contenido {...} (Neri y Fernández, 2008, p.116).

En forma sencilla, la sindicación puede ser comprendida como un proceso de optimización para el acceso a información. En este sentido, hacemos que la Red trabaje para nosotros, haciendo un poco de lado la navegación en tanto existen multitud de sitios de nuestro interés que se actualizan regularmente y con el paso del tiempo la lista de sitios se ha incrementado notablemente y la frecuencia de actualización es cada vez mayor, llegando a decenas de actualizaciones diarias. En estas condiciones, estar al día de estas actualizaciones es una tarea complicada y, según se incrementa la lista de sitios, puede llegar a ser imposible.

En este sentido, la sindicación de *podcast* puede caracterizarse “como una suscripción a un audio magazine: el suscriptor recibe programas regulares de audio vía Internet para que pueda escucharlos en su tiempo libre” (Sindicacion.net).

Otro de los elementos que constituyen al *podcast*, de acuerdo con la definición propuesta en el *Libro del Podcasting* (2005), es el MP3. Éste es un sistema de compresión de audio que permite a sus usuarios almacenar archivos sonoros con calidad de CD. Las siglas MP3 provienen de la abreviación de MPEG 1 *layer 3* que, a su vez, denominan al consorcio *Moving Picture Expert Group*, mismo que fue el encargado de desarrollar esta tecnología de compresión.

Cabe agregar que además del MP3, existen otra variedad de formatos de audio (Sin compresión: AIFF (Mac), WAV (PC). Con compresión: MP3, OGG, FLAC, MP4, APE, entre otros) con los cuales es posible trabajar en la producción de *podcast*. Sin embargo, el más popular ha sido el MP3, una de las razones es que si se grabara un audio utilizando el formato WAV o AIFF, el archivo resultante sería

muy pesado y, no sólo para el *podcast*, sino también para otra clase de distribución de contenidos sonoros como sería el caso del *streaming*.

Ciertamente, aunque los mencionados formatos permiten obtener mejor calidad de audio, la descarga de dichos archivos sería más tardada y, a su vez, ocuparía mayor espacio en la memoria del dispositivo de almacenaje en donde se desee guardar.

Otro factor que ha popularizado el uso del MP3 en la creación de *podcast*, es la portabilidad, ya que al existir diversidad de dispositivos móviles para almacenar estos archivos, la mayoría de ellos han estandarizado el uso del MP3 para la reproducción, por tanto, si un *podcast* fuera realizado y subido en cualquier otro formato, muy probablemente dicho archivo no pueda reproducirse.

Finalmente, otra razón de la estandarización de los *podcast* en formato MP3 se debe al espacio en donde se pondrá a disposición el archivo, es decir el servidor. La mayoría de los *podcast* pueden albergarse en variedad de sitios *Web* que proveen el espacio para su distribución y dichos espacios especifican las normas que han de seguir los archivos “por colgar”. Algunos ejemplos de espacios de alojamiento para *podcast* que solicitan la subida de los mismos en formato MP3 son los siguientes: Podomatic, CastPost, Espapod, entre otros.

Ahora, resta definir lo que es un RSS, este sistema es el que se encarga de permitir la sindicación del archivo MP3, es decir, el proceso de sindicación que como se mencionó anteriormente es el que tiene por función “recordar” a un software específico (programas agregadores o *podcatchers*) que tiene que visitar una página a fin de extraer el contenido al que se está suscrito, pero este proceso no podría ser tal como se ha descrito si no es precisamente por el sistema RSS ya que éste se halla facultado para “alimentar” la sindicación y, a su vez, a los programas agregadores (iTunes, Juice, etc.).

Por otro lado, José A. Gelado en su texto *De los Blogs al Podcasting* (2005), ofrece un breve horizonte de los orígenes tecnológicos del *podcasting*.

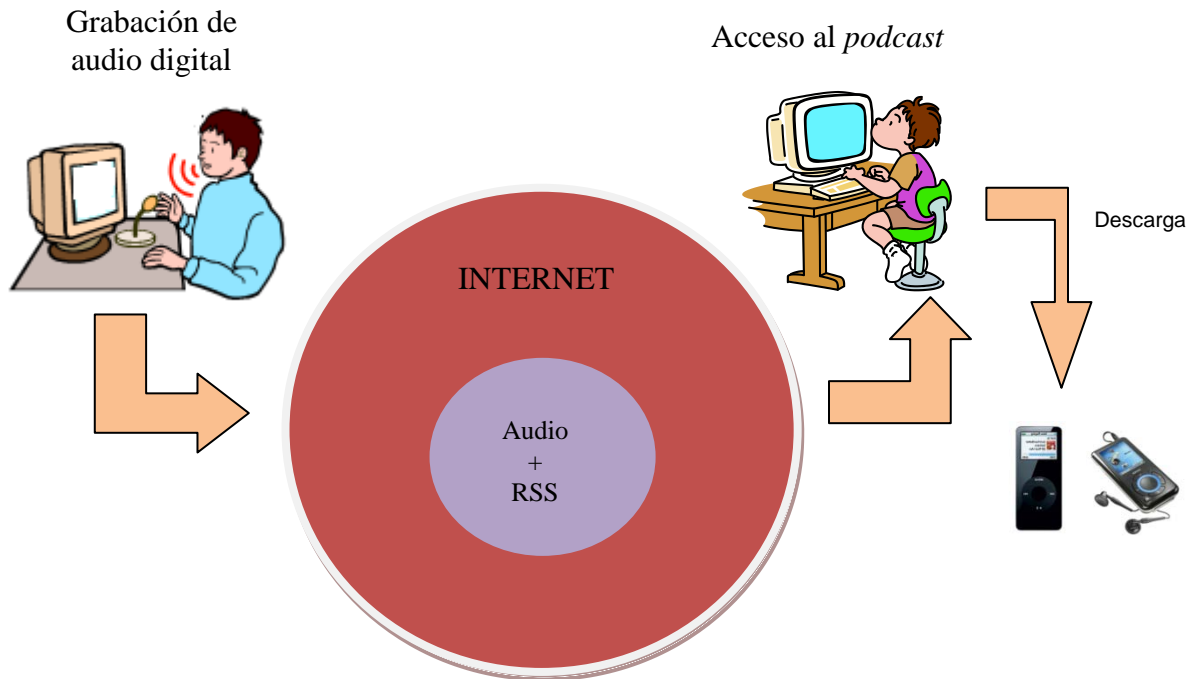
El origen del *podcasting* tiene sus raíces en tecnologías ya existentes como los blogs y el formato MP3, que ha revolucionado, por separado, la forma de distribuir contenidos en Internet, la industria musical y los medios de comunicación, pero que hasta ese momento no se había utilizado conjuntamente. Por una parte existía la distribución de contenidos mediante la sindicación RSS y, por otra, la compresión de audio cuyo formato más popular es el MP3. Este origen mestizo a partir de dos de los términos más importantes de los últimos años ha hecho que el *podcasting* desde su nacimiento estuviera llamado a ser, al menos, tan revolucionario como sus padres (Gelado, 2005, p.182).

Hasta el momento se ha descrito el soporte tecnológico que hace posible un *podcast*, sin embargo aún no se ha puntualizado en qué es un *podcast*, cuál es su estructura. Para ello se considera oportuno proponer un esquema a fin de especificar gráficamente el proceso que hace posible la existencia de este desarrollo informático.

Antes de iniciar esta explicación se ha de hacer la referencia forzosa: el esquema que veremos a continuación se encuentra basado en la propuesta realizada (ver anexo 1) por G. Rodrigo del Solar, Director de Internet de la empresa Irontec, fundador y administrador de www.podcast-es.org e Ingeniero Técnico en Informática de Gestión por la Universidad de Deusto, Bilbao; España.

Es importante resaltar que el esquema propuesto por Del Solar (2005) no se halla construido a partir de referentes académicos, sino más bien tiene una referencia empírica y de orden empresarial. Sin embargo, retomar dicho esquema permite representar -de manera sintética y sobre todo gráfica- el sistema de distribución del fenómeno que se está estudiando: el *podcast*.

Esquema No. 3 Forma de distribución del *podcast*



Fuente: Elaboración propia

El proceso arriba esquematizado puede leerse de la siguiente manera:

1. Se crea y graba un archivo de audio digital. Puede llamarse al sujeto creador de dicho archivo: *podcaster*.
2. Luego, gracias al acceso dado por la red, se publica este archivo (MP3) y se le adjunta la extensión RSS que hace posible el proceso de sindicación.
3. Al encontrarse este archivo en el ciberespacio, éste se halla en la posibilidad de ser bajado por cualquier persona y reproducido a través de variedad de software (iTunes, Juice, iPoder, etc.) que posibilita la continua bajada de los programas subsiguientes.

Cabe agregar que hoy día existen diversidad de aplicaciones capaces de editar archivos sonoros y, a partir de su manipulación en dicha aplicación es posible agregar, de manera simple la extensión RSS necesaria para el proceso de sindicación de tales archivos. Algunos ejemplos son: Podcast AutoCue, ePodcast Producer, WebPod Studio, entre otras y todas disponibles –en forma gratuita- en Internet.

Regresando a lo plasmado en el esquema, por tanto, una de las principales ventajas del *podcast* frente a la simple colocación de archivos de sonido en una página web es la sindicación.

Tú grabas tu *podcast* y lo cuelgas en Internet. Creas un archivo RSS al que los oyentes se pueden suscribir mediante un programa llamado “agregador”. Una vez suscrito a tu programa de *podcast* favorito el propio programa se encarga de consultar si hay alguna nueva entrega y la descargará a tu disco duro. Después podrás escuchar el archivo allí donde prefieras (reproductor de mp3 portátil, teléfono móvil, ordenador...) (Del Solar, 2005, p.2).

Resulta importante señalar que a partir del esquema expuesto y la cita anterior, se pone de manifiesto –por el momento- que el proceso de acceso a los *podcast* aún se mantiene bajo el modelo planteado por la comunicación de masas, es decir, unidireccional. Sin embargo, existe una diferencia significativa, misma que se encuentra cimentada en el aspecto de la interactividad, que de acuerdo con lo descrito en el apartado 1.2.1.1. del capítulo anterior, es posible identificar la denominada interactividad sujeto/objeto, pero en este aspecto se abundará en el siguiente capítulo. Mientras tanto, es conveniente acentuar que el *podcast* ...

A pesar de tratarse de una tecnología con un funcionamiento sencillo y que consiste básicamente en añadir un archivo adjunto a un archivo RSS y posteriormente usar un programa que sea capaz de gestionarlo, el *podcasting* ha supuesto un cambio en la forma de entender la distribución de contenidos audiovisuales y acceso a los medios por parte de los ciudadanos (Gelado, 2005, p. 182).

Ahora bien, desde el punto de vista etimológico son muchas las acepciones que se le han adjudicado al *podcast*. Una de ellas proviene de la asociación del término *pod* (cápsula) y *broadcasting* que hace referencia al proceso de radiodifusión pero en idioma inglés.

El término proviene de la unión de POD y BROADCAST. POD significa vaina, cápsula y BROADCAST que significa emisión, difusión, transmisión. Luego es una transmisión de contenidos de manera encapsulada (Del Solar, 2005, p 1).

Otros refieren al término como una relación estrecha con el dispositivo portátil fabricado por Apple Macintosh: *iPod*. Además de que estos dispositivos, hasta cierto punto, popularizaron la escucha de *podcast* debido a que parte del menú incluye una carpeta para almacenar estos archivos.

La irrupción de *Apple* en la escena, con el lanzamiento del programa *iTunes* con la versión 4.9 –el 28 de junio de 2005-, confirmó esta tendencia y logró identificar aún más la marca de los reproductores *iPod* con el *podcasting*. *Apple* consiguió distribuir tras este lanzamiento más de un millón de *podcast* en los dos primeros días de servicio (Gelado, 2005, p. 183).

Podcast no tiene nada que ver con el famoso modelo de reproductores de mp3, aunque puede que la fama o moda o como queráis llamar a esta nueva tendencia, venga de la bajada de precios y comercialización masiva de este tipo de dispositivos y puesto que el famoso reproductor blanco es uno de los más populares, la gente confunde el término (Del Solar, 2005, p. 3).

Sin embargo, hoy todavía es el día en el que en realidad no se sabe a ciencia cierta de dónde proviene la palabra...

En la actualidad se está discutiendo mucho sobre el término en castellano, como ya sucedió en su día con la palabra *Weblog* o *Blog* traducidas como Bitácora. Se han barajado y discutido varios términos como: audiarío, audibitácora...pero a la hora de traducir (...) puede pasar como una bitácora que mucha gente todavía no sabe que es lo mismo que “*weblog*” o “*blog*”, como se dice en el resto del mundo. En alemán, francés y portugués ya usan también *podcast* como término (Del Solar, 2005, p. 3).

Sin embargo, en términos históricos si existe evidencia de la primera vez que fue usado el concepto. 12 de febrero de 2004 en el periódico *The Guardian*, Ben Hemmersley en un artículo titulado *Audible Revolution* referenció al *podcast* como una “revolución del audio amateur”(Hemmersley, 2004).

2.3. ANTECEDENTES DEL PODCASTING

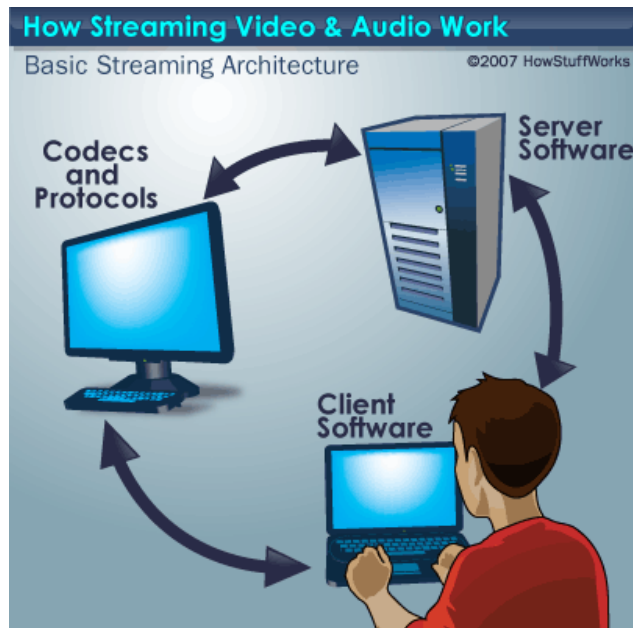
Se mencionó con anterioridad que parte de las raíces tecnológicas del *podcast* se hallan relacionadas tanto con los *blogs* como con el MP3 así como también con el sistema de *streaming*. Asimismo, ya se ha hecho referencia a qué es un MP3 y cómo participa dentro del *podcast*. Ahora toca el turno de mencionar tanto al *streaming* como a los blogs, ya que en ambos elementos es posible hallar parte de los orígenes del *podcast*.

2.3.1. EL STREAMING

Hasta ahora la única radio que hemos podido disfrutar en la Red de forma alternativa a las grandes cadenas y empresas de comunicación ha venido de la mano del *streaming*, gracias -entre otros- a *Winamp* y los servidores *Shoutcast*. Pero ¿cómo funciona el *streaming*? La descripción tecnológica de esta herramienta es la siguiente:

La tecnología de *streaming* se utiliza para aligerar la descarga y ejecución de audio y vídeo en la web, ya que permite escuchar y visualizar los archivos mientras se están descargando. El *streaming* funciona de la siguiente manera. Primero nuestro ordenador (el cliente) conecta con el servidor y éste le empieza a mandar el fichero. El cliente comienza a recibir el fichero y construye un buffer donde empieza a guardar la información. Cuando se ha llenado el buffer con una pequeña parte del archivo, el cliente lo empieza a mostrar y a la vez continúa con la descarga. El sistema está sincronizado para que el archivo se pueda ver mientras que el archivo se descarga, de modo que cuando el archivo acaba de descargarse el fichero también ha acabado de visualizarse (Álvarez, 2001).

Imagen No. 4
Esquema básico de funcionamiento de la tecnología *streaming*



Fuente: www.howstuffworks.com

Si no se utilizara el *streaming*, para mostrar un contenido multimedia en la Red, primero se tendría que descargar el archivo entero en nuestra computadora y, más tarde ejecutarlo, para finalmente oír lo que el archivo contenía. Sin embargo, el *streaming* permite que esta tarea se realice de una manera más rápida y que podamos ver y/o escuchar su contenido durante la descarga.

Pero esta tecnología presenta un problema de fondo, al margen del ancho de banda necesario para subir contenidos de audio especialmente -y para escucharlos sin cortes- y la calidad del sonido, este problema es la obligación de sintonizar, coincidir en el tiempo con la emisión para disfrutar de un programa así como la limitada capacidad del número de usuarios en función del ancho de banda.

Cabe agregar que el problema de la sincronización en la escucha de los productos generados vía *streaming*, se encuentra principalmente vinculado a lo que hoy conocemos como Radio Internet, misma que en su primeros tiempos transmitía de manera paralela el contenido de la radio generalista, tomando a Internet como una posibilidad de proyección, sin ofrecer contenido especial para este espacio. En lo sucesivo, fueron emergiendo nuevas radios por Internet con contenido original y

exclusivamente creado para su consumo en línea, sin embargo estas radios continuaron con el sistema de consumo sincrónico que formalmente requiere la escucha de la radio hertziana, pero con la diferencia de tener como soporte a Internet y al *streaming* como la herramienta para su consumo.

Hoy día, es posible acceder a contenido de audio *streaming* bajo demanda, en donde el aspecto sincrónico desaparece y los usuarios pueden tener acceso al contenido de audio prácticamente en cualquier momento.

Este último aspecto del *streaming* es lo que lo vincula al *podcasting*, que si bien es cierto que la tecnología que sustenta a uno y otro es diferente, la posibilidad de acceso a diversidad de contenidos y la manera de obtenerlos convergen como la “necesidad” de transformación de las propias tecnologías desarrolladas en Internet, es decir, configurar nuevos instrumentos que expandan las necesidades comunicativas de los usuarios de la Red.

Frente al *streaming*, o retransmisión de sonido mediante Internet, el *podcasting* ofrece independencia, movilidad y libertad de horario. Es decir, se puede oír en cualquier dispositivo portátil que reproduzca MP3 (o el formato elegido), en cualquier lugar, sin limitaciones de cobertura o conexión a la Red, y en cualquier momento, ya que está grabado {...} (El Libro del Podcasting, 2005)

2.3.2. LA HERENCIA DEL BLOG: DEL AUDIOBLOGGING AL PODCASTING

Si bien el término *podcasting* se acuñó a principios del 2004, quien hizo posible el acceso a esta tecnología fue Dave Winer (el padre del *podcasting* y del RSS, de quien se hablará más profundamente en páginas subsiguientes) en enero del 2001 cuando incluyó un *audioblog* con una canción de Grateful Dead en un "enclosure tag de rss (lo que se conoce hoy como un Podcast) en RadioUserland, la primera herramienta para construir *blogs* (inventada también por Winer)” (El Libro del Podcasting, 2005, p 5).

Básicamente, este fue el momento en que se brinca del *audioblogging* al *podcasting*. Sin embargo, precisamos de definir la configuración del *audioblogging* para entender cómo fue que se pudo dar el paso de una tecnología a otra.

De antemano se precisa detallar que un *audioblogging* puede hallarse en aquellos sitios que hoy día hemos denominado como *blog* o *weblog*, mismos que consisten, básicamente, en una página *web* que con frecuencia variable se tiende a actualizar con sencillez.

Al hablar del origen de los *weblogs* o *blogs*, las opiniones apuntan a enmarcarlos dentro de una evolución histórica a partir de aquellas páginas *web* que comenzaron a recibir comentarios de los usuarios, los que a su vez los complementaban con enlaces hacia otros sitios (Cerezo, 2005).

Pero lo que hay que destacar en este apartado trasciende a la configuración histórica de los propios *weblogs*, más bien lo que interesa es comprender cómo es que éstos funcionan, para luego ubicar la inclusión del *audioblogging* y su transformación en *podcast*.

De esta manera...

{...} *el post*, o envío, es la unidad básica, el átomo del que están hechos los *blogs*. En su forma más arquetípica consiste en un texto de longitud variable (de una frase a varios cientos, o miles de palabras) con su título y su propio enlace permanente (*permalink*) acompañado de la fecha y hora de su publicación; en el *blog* los *posts* aparecen el más reciente arriba y el resto por orden cronológico inverso. Además, el *post* puro permite a los lectores añadir comentarios, que aparecen a continuación del texto. La presencia de uno o varios gráficos es optativa y los *posts* pueden agruparse para su archivo en categorías temáticas escogidas por el autor o autores (Cerezo, 2006, p. 12).

Sin embargo, el uso de los *blog* no sólo se limitó al “*posteo*” de diversidad de mensajes en forma escrita, sino que con el paso del tiempo y la popularización de esta forma de comunicación, la tecnología no dejó pasar su oportunidad e incluyó nuevas herramientas, a fin de enriquecer el ambiente de los *weblog*.

Así,

{...} más tarde se añadió la posibilidad de incluir fotografías y surgieron *weblogs* formados exclusivamente por fotos y conocidos como *fotoblogs*. Pero la cosa no se quedó ahí. Los sistemas de publicación para los *weblogs* evolucionaron para crear otra forma de entenderlos: el *moblogging*, consistente en poder actualizar un *weblog* desde un teléfono móvil o

cualquier otro dispositivo portátil con conexión a Internet. La publicación vía dispositivo móvil permitía incluir tanto texto como fotografías tomadas por estos dispositivos desde cualquier lugar y en cualquier momento (Lo Último del Mundo Blog..., 2004, p. 1).

Hacia el año 2004, nuevamente la tecnología hace su aparición en los blog y regala una nueva posibilidad para los usuarios de los mismos: el audioblogging. Esta herramienta consiste en la inclusión de archivos de audio en los weblogs, estos archivos pueden contener información diversa, tal como podría ser el caso de *posts* hablados o con fragmentos de audio vinculados a *posts* escritos, que pueden contener tanto una voz grabada como una canción o cualquier otro sonido.

El hecho de usar *posts* hablados confiere al *weblog* una gran dosis de cercanía entre su creador y sus visitantes, ya que éstos pueden escuchar directamente de su propia boca lo que el *weblogger* opina sobre el tema político de actualidad o sus impresiones sobre una película. Así no hay equívocos a la hora de interpretar las emociones que ha causado en el posteador tal o cual asunto” (Lo Último del Mundo Blog..., 2004, p. 3).

Existen distintas formas de incluir audio en un *blog*. Actualmente es posible tanto grabar un sonido y subirlo al *weblog* como si de otro elemento se tratara (es decir, previamente se halla grabado en la computadora un archivo en formato MP3 y se arrastra hacia el *blog* para su escucha), o bien se puede realizar mediante una llamada telefónica. Este último método consiste en que un sistema graba la llamada y se encarga de publicarlo en el *weblog*.

2.4. HISTORIA DEL PODCASTING

Se ha dicho a lo largo del texto que la sindicación de contenidos permite que, mediante un programa informático adecuado, los lectores puedan estar al tanto de cuándo se actualiza una página *web*, sin la necesidad de entrar en ella cada día. Ahora, algunos de estos programas (que utilizan la tecnología RSS) incluyen la posibilidad de recibir periódicamente archivos de audio (*podcast*), grabados por cualquier internauta, para poder ser escuchados ya sea por medio de nuestras computadoras o a través de un reproductor digital portátil. Pero ¿cuándo fue posible acceder a los *podcast* como ahora se hace?

La fecha de origen del *podcasting* se sitúa en torno al 13 de agosto de 2004 cuando Adam Curry aprovechó una especificación del formato RSS, de Dave Winer, para incluir archivos adjuntos. Para ello, utiliza la posibilidad de añadir archivos de audio a un archivo RSS mediante la etiqueta < enclosure> y decidió crear un programa para poder gestionar esos archivos, denominado iPodder (El Libro del Podcasting, 2005, p. 3).

Trade Secrets fue el primer *podcast* que se creó, una obra de Adam Curry, ex presentador de videos del canal musical MTV, y Dave Winer, autor de la tecnología RSS. Por otro lado, a finales de septiembre de 2004, comienza sus pruebas Comunicando y el 18 de octubre se encontró disponible el primer programa del primer *podcast* en español, creado por el más importante *podcaster* en el mundo de habla hispana: Jose A. Gelado.

El suceso que permitió expandir el acceso a los *podcast* fue la aparición de la versión 4.9 de iTunes, distribuido por Apple, en junio de 2005. Dentro de las novedades que ofrecía dicha versión era la inclusión de una carpeta para guardar *podcast*, al igual que un directorio de estos, lo que permitía al usuario suscribirse a los programas desde el iTunes, descargarlos a su computadora y luego transferir los archivos de audio al medio elegido (esta función la solían hacer aplicaciones como Juice y Doppler Radio).

Según la empresa, durante las primeras 48 horas en que iTunes 4.9 estuvo disponible en el sitio web, se registraron más de un millón de suscripciones a *podcasts*.

Hoy día, los *podcasts* se están popularizando entre quienes ya poseen iPods u otros reproductores de música digital. Sin embargo, aún no existe un registro que nos indique la cantidad total de *podcasts*, pues esta tecnología es de reciente aparición y de rápida expansión a nivel mundial, pero en Estados Unidos se habla tentativamente de unos 6.000 *podcasts* (*Podcasting ¿Nuevo formato...*, 2005), yendo este número en constante aumento. Ahora, sobre los oyentes, según recientes estudios, la cantidad de personas que bajan y escuchan *podcasts* rondaría los 4,7 millones (*Podcasting ¿Nuevo formato...*, 2005), cifra que también se configura como un supuesto tentativo debido a que es virtualmente imposible medir el exponencial crecimiento de los productos que se gestan en la Red. Pero, por otro

lado, se piensa que estas cifras crecerán ostensiblemente en los próximos años, debido principalmente a la masificación de la Internet y la popularización de reproductores de audio digital.

En el caso de México...

{...} ¿qué es lo estamos proponiendo en la escena del podcasting mundial? La respuesta es excelente, México es en este momento el país de habla hispana más activo y con mayor éxito a nivel mundial. La oferta de contenido nos ha colocado dentro los rankings mundiales del iTunes Podcast (hasta que de manera arbitraria Apple nos eliminó y nos metió en la subcategoría de "Podcast Latino") (Álvarez, 2008).

Cabe añadir que uno de los esfuerzos por difundir *podcast* nacionales y el desarrollo de los mismos fue la Primera Jornada de Podcasting en marzo de 2007, evento gratuito en el que se habló, obviamente, acerca de *podcasts*, licencias *Creative Commons*, los *podcasts* comerciales y hasta se abrió una sesión en donde diversos *podcasters* mexicanos pudieron presentar y promocionar sus creaciones.

El organizador del evento fue David Ochoa, promotor de los *podcast* en México y *podcaster* de Byte Podcast, dicho evento fue auspiciado por la Universidad Londres. Sin embargo, para el 2008 las jornadas no se repitieron.

Por otro lado, dentro de las actividades que se emprenden en la producción de *podcast* en nuestro país, es posible identificar...

{...} empresas y medios que apuestan a la producción, comercialización y distribución de *podcast*, entre ellas Dixo, R&R, Jambitz y Frecuencia Zero. Una empresa más tiene una aplicación Web de nueva generación que hace posible la publicación de *podcasts* en línea llamada Poderato de Javier García Romero. Y existen cientos de posibilidades de *podcast* independientes, que hacen un esfuerzo por generar emisión con emisión una mejor propuesta (Álvarez, 2008).

Ante este brevísimo panorama del *podcast* en nuestro país, sería muy atrevido decir que esta clase de productos, con el paso del tiempo se posicionarán de manera significativa en la escucha de los usuarios, pero lo que si es un hecho es la existencia de diversos proyectos que tienen como fin la difusión y el uso de este sistema de distribución de contenidos.

3. INTERACTIVIDAD EN EL PODCAST: ¿POSIBILIDAD DE RECONCEPTUALIZACIÓN DE ROLES EN EL PROCESO COMUNICATIVO?

En el primer capítulo de esta investigación se ha descrito la necesidad de plantear consideraciones que pongan de manifiesto que con la irrupción de Internet en el actual entorno comunicativo, los roles tradicionales de emisión y recepción, hoy día tienen posibilidad de ser concebidos de forma diferente a como lo ha planteado el enfoque de la comunicación de masas.

Asimismo, bajo este contexto, se han enunciado algunas de las características de los espacios de comunicación que emergen a través de Internet, ensalzando a la interactividad como el aspecto más importante de estos espacios y, a su vez, definiéndola como el elemento que permite a los usuarios trascender el rol de receptores para convertirse en creadores de contenidos, es decir en *prosumers*.

Por otro lado, el segundo capítulo se ha enunciado la configuración contextual del objeto de estudio de esta investigación: el *podcast* y, también, proporciona una aproximación tecnológica de la definición de este espacio de comunicación. En este sentido y retomando lo referenciado en el primer capítulo del texto, ahora es momento de dar paso al trabajo de campo que permita la identificación de la interactividad como la clave para la reconceptualización de roles en el proceso comunicativo a través del *podcast*.

En este último capítulo de la investigación se expondrá la estrategia metodológica planteada a fin de confirmar o refutar la hipótesis principal de esta investigación: La producción de *podcast* puede conllevar a una reconceptualización de los actores en el proceso comunicativo.

En este sentido, se planteó realizar observación de tipo estructurada, con el objetivo de llevar a cabo un análisis descriptivo que identifique las posibilidades interactivas del *podcast* que permitan a los usuarios integrarse de manera significativa al mundo de las TIC, no sólo en calidad de consumidores de *podcast*, sino también de creadores de estos productos.

Tener en cuenta la observación estructurada como técnica para llevar a cabo este análisis descriptivo, responde a los siguientes criterios:

- El acto de observar se asocia con el proceso de mirar con cierta atención una cosa, actividad, o fenómeno, o sea concentrar toda su atención sensitiva en algo por lo cuál estamos particularmente interesados
- La observación exige una postura y un fin determinado en relación con la cosa que se observa
- El proceso de observación exige tener un plan o por lo menos algunas directrices determinadas en relación con lo que se quiere o espera observar
- La observación tiene un carácter selectivo (Pardinas, 1979, p.57)

De esta manera, se entiende que la observación es un método para reunir información visual sobre lo que ocurre, lo que nuestro objeto de estudio hace o cómo se comporta y, justamente, ese es el objetivo del análisis descriptivo; identificar las posibilidades interactivas del *podcast* que permitan a los usuarios transitar de la posición de meros consumidores a creadores de *podcasting*.

Cabe añadir, que la selección de la observación estructurada se basa en el hecho de que este tipo de método requiere del establecimiento de un sistema que guíe la observación, lo que hace que el ejercicio tenga mayor orden y dirección hacia los elementos que se desean describir en torno a la interactividad en el *podcast*.

Por ello, la observación estructurada planteada para este análisis descriptivo se fundamenta a partir de las dimensiones y aspectos en torno a la interactividad en el *podcast* (ver tabla no.4), propuestos en el capítulo primero de esta investigación. Asimismo, es importante señalar que a estas dimensiones y aspectos se le sumarán sus correspondientes variables a fin de focalizar la observación del objeto de estudio.

Por otro lado, se plantea el desarrollo de un análisis de contenido como segunda técnica de investigación, a fin de identificar –a partir del análisis de foros y chat- en qué otros espacios de comunicación se llevan a cabo procesos de intercambio de información que incentiven la producción de *podcast*.

La definición de esta otra técnica de investigación parte de las observaciones realizadas en el análisis descriptivo y a fin de profundizar en las acciones que llevan a cabo los *podcasters*, la identificación de estos espacios de comunicación y su consecuente análisis permitirán esclarecer si es posible que sólo a través de la escucha de *podcast* es posible trascender al rol de productor de los mismos y de no ser así, ubicar por lo menos un espacio que si esté contribuyendo en la producción de *podcast*.

3.1. UNA APROXIMACIÓN A LA INTERACTIVIDAD EN EL PODCASTING: LOS CASOS DE BYTE PODCAST Y PODCASTING FOR DUMMIES

Al inicio de este capítulo se manifestaba la elaboración de un análisis descriptivo que permitiera observar el comportamiento interactivo que presentan algunos *podcast* con el fin de identificar, a partir de las variables establecidas, si es posible que la producción de *podcasting* puede conllevar a una reconceptualización de roles en el proceso comunicativo.

La técnica empleada fue la observación estructurada, ya que a partir de ella se buscó estructurara una situación para obtener una mayor claridad de los datos ya obtenidos a partir de los dos primeros capítulos planteados en este documento.

Asimismo, la consideración de la observación estructurada como técnica de investigación para la elaboración del análisis descriptivo se debió a que permite obtener datos que posteriormente pueden ser comprobados a partir de otras técnicas y, a su vez, permite conseguir datos complementarios con el fin de interpretar los aspectos planteados teóricamente.

La observación es un método antropológico estándar para recoger información. Es relativamente discreto, sumamente efectivo y a menudo se combine con otros métodos, como la entrevista. Las observaciones pueden hacerse de manera estructurada con una lista de *ítems* preseleccionados o de manera no estructurada, en la que se anota lo observado para luego clasificar la información de acuerdo a los temas pertinentes (Hernández, 2000, p. 119).

En este sentido, y a fin de proveer una descripción de las características específicas en cuanto a interactividad en los *podcast* se refiere, se estableció una

matriz de observación basada en los criterios de interactividad desarrollados en el capítulo primero y la definición de las variables –que igualmente constituyen dicha matriz- se encuentran estructuradas a partir de la construcción contextual provista en el capítulo segundo.

Dicho lo anterior se propone la siguiente matriz de observación para la realización del análisis descriptivo:

Tabla No. 5
Matriz de Observación
Dimensiones, Aspectos y Variables en torno a la Interactividad en el *Podcast*

Dimensión de la Interactividad	Aspecto	Variable
Sujeto/Objeto	Adaptabilidad	Permite su escucha en distintos tiempos (asincronía)
		Se puede descargar el <i>podcast</i> a un <i>podcatcher</i>
		Existe el formato de datos para actualizar los contenidos a los usuarios (RSS)
	Modificabilidad	El usuario puede descargar los archivos a un dispositivo móvil
		Existe alguna herramienta que permita a los usuarios hacer correcciones directamente el <i>podcast</i>
		Los usuarios pueden cambiar o ampliar el contenido del <i>podcast</i>
Sujeto/Sujeto	Comunicación	Los usuarios pueden crear sus propios <i>podcast</i> a partir de la escucha de éstos
		El usuario puede contactar al <i>podcaster</i>
		El usuario puede interactuar con otros usuarios
		Herramientas de contacto:
		Foros
		Comentarios/Post
		Chat
Redes Sociales		
Mail		
Teléfono		

Fuente: Elaboración propia fundamentada en los preceptos de McMillan(2002), Thompson (1998b) y Alonso (2006).

Tanto la dimensión sujeto/objeto, como la dimensión sujeto/sujeto, ya han sido abordadas y definidas en el apartado 1.2.1.1. de este texto. Sólo se comentará que la primera –sujeto/objeto- refiere de la relación de un individuo con un soporte tecnológico y la dimensión sujeto/sujeto, evidencia las relaciones mediadas por una tecnología entre individuos.

La identificación de estas dos dimensiones permite establecer, de manera general, el tipo de interacción que es posible llevar a cabo con los *podcast*. El segundo elemento a desglosar son los aspectos.

Adaptabilidad: se identificará a este aspecto como las herramientas que el *podcast* pone a disposición del usuario a fin de que mejore su experiencia de escucha y personalice su tiempo de acceso.

Modificabilidad: se tratará de identificar a partir de las herramientas ofrecidas a los usuarios para transformar el contenido del *podcast* y, a su vez, ubicar si el contenido de estos productos estimula la producción de *podcasting*.

Comunicación: serán las herramientas que el *podcast* ponga a disposición de los usuarios para que los productores de información puedan conocer la reacción del público y para que los usuarios puedan contactar a los emisores y a otros usuarios.

De esta manera, se mostrará como los nuevos entornos digitales con los que se participa de las redes de telecomunicación son productores de nuevos ensamblajes y de estrechas asociaciones con sus precedentes fincados en los *mass media*. Lejos de depender su funcionamiento de los principios de la producción audiovisual tradicional, estos entornos –en donde hallamos al *podcast* objeto primario de esta investigación- ahora entran en juego con procesos basados en transformaciones e intercambios de información.

Los elementos señalados permitirán establecer claras diferencias de la distribución de contenidos sonoros a través de Internet y, particularmente, las que caracterizan a los *podcasts*, además de contrapuntearlas con las características propias de la radiodifusión generalista.

Para poder llevar a cabo el análisis, se eligieron dos *podcast* con información relativa a TIC (*Podcast for Dummies* y *Byte Podcast*) para acceder a estos *podcast* fue primordial establecer una búsqueda a partir de diversos directorios de

podcasting, ya que a través de ellos la exploración se sintetiza ya que clasifican la heterogeneidad existente en la *podcasfera*.

Sin embargo, cabe agregar que las diferentes categorías en las que se agrupan los *podcast* varían de acuerdo al concepto escogido –por el administrador del directorio- para conjuntarlos e incluso, en algunos casos, la clasificación se elabora no en función de grandes áreas temáticas sino mediante el etiquetado por *folksonomías*². En ocasiones siguen solamente un orden alfabético, sin ningún tipo de jerarquía, mientras que en otros se pueden hallar listados según criterios cuantitativos –como calificación que los propios *podescuchas* dan al *podcasting*-. Ante esta diversidad y complejidad, se optó por elegir únicamente dos directorios que manejaran grandes bloques temáticos a fin de sintetizar la elección de los *podcast*, además un criterio importante fue la posibilidad de acceder –a través de un link- a cualquier tipo de información adicional respecto al *podcast*, así como también la vigencia de los propios directorios, es decir, que los programas y el propio directorio se hallen en funcionamiento.

El aspecto temporal no se configuró como un referente importante en la selección de los *podcast*, ya que como se ha señalado, una de las cualidades de estos productos es su posibilidad atemporal de acceso, es decir, la posesión de estos programas no se halla limitada a una fecha y horario de transmisión, sino que su definición de *podcasting* permite al escucha adquirir los episodios de la serie de forma aleatoria y distante al tiempo de su producción y/o realización y transmisión.

En este sentido, la selección de dos *podcast* responde a que cada uno de ellos se encuentra temporalmente bien diferenciado. El caso de *Byte Podcast* es un producto que cuenta con una producción semanal y hasta la fecha continúa emitiendo nuevos episodios. Respecto a *Podcasting For Dummies*, es posible ubicar en sus registros que la realización de los capítulos que constituyen la serie fueron subidos entre el 2006 y el 2008, estableciendo 32 episodios la totalidad del *podcast*, sin contar con archivos actualizados.

² Se trata de un neologismo que describe el proceso de creación de categorías propio de proyectos cooperativos. Estos métodos se basa en las etiquetas (*tags*) que los usuarios asignan a los contenidos. Las etiquetas surgen a medida que diversos usuarios colaboran en la descripción de esos contenidos.

Señalado lo anterior, los directorios consultados fueron www.mundopodcast.net y www.elpodio.com. Elegir únicamente dos directorios responde a una obligada síntesis en la búsqueda de *podcast* debido, al menos en el caso de [elpodio.com](http://www.elpodio.com), a que existen 643 *podcast* registrados y en [mundopodcast.net](http://www.mundopodcast.net) 400 y si a ello referenciamos que al establecer la búsqueda de directorios de *podcast* por medio de Google –únicamente en páginas en español-, el motor arroja 58,700 páginas. Cabe indicar que no todas las *webs* contienen directorios como tal, sino que a partir del criterio de búsqueda establecido (directorios *podcast*) también es posible hallar contenidos destinados a la creación de directorios, software con el mismo fin, comentarios insertos en blogs sobre otros directorios, etc.

Imagen No. 5 Búsqueda en Google de Directorios de *Podcast*

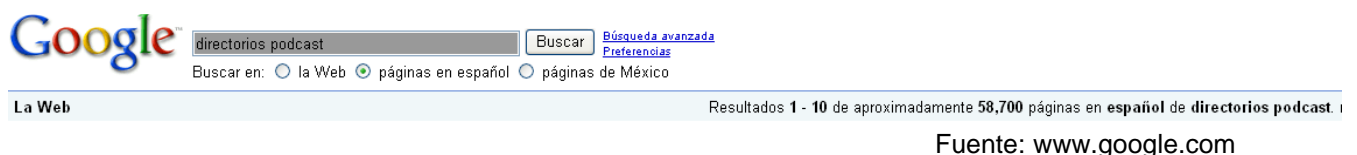


Imagen No. 6 Página de inicio del directorio de *podcast* www.elpodio.com



Fuente: www.elpodio.com

3.1.1. BYTE PODCAST

En la revisión de los directorios de *Podcasting* se puede ubicar a *Byte Podcast*, producción mexicana encabezada por David Ochoa quien se ha configurado como uno de los pioneros en la realización de estos productos en nuestro país.

Gracias a los mismos directorios no sólo es posible acceder al contenido de *Byte Podcast*, sino que también enlazan con el web principal de Byte (<http://www.arroba.com.mx/byte/blog/>), lo cual configura a este *podcast* como una producción que integra diversos recursos.

Imagen no. 7 Blog de Byte Podcast

Fuente:
<http://www.arroba.com.mx/byte/blog/>

The screenshot shows the homepage of the Byte Podcast website. At the top, there is a navigation bar with the 'byte' logo and a search bar. Below the navigation bar, there are several main content sections:

- Podcast más reciente:** 'Especial Byte Podcast en Campus Party 2010 parte 1'. It includes a thumbnail image of the event and a brief description.
- Más artículos:** A grid of article thumbnails with titles like 'gnulinux, noticias, software » [3-2010] La Semana en el Software Libre', 'byte, eventos » Tips para Campus Party: ¿Qué llevar?', and 'byte, eventos, noticias » Byte en Campus Party México 2010'.
- Video Reseñas:** A sidebar on the right featuring video thumbnails and titles such as 'Notas ET2: 4 reseñas en vídeo', 'Samsung Tocco (T-5188)', and 'Notas ET2: 4 reseñas en vídeo'.
- Software:** A section titled 'Software' with a sub-header 'Funcionarios a caballo de software en Ubuntu 9.10', accompanied by a small image of a person.
- Byte Podcast:** A section with a 'Suscribirse' button and a description of the podcast's content.
- Google Wave:** A section titled 'RIP Google Wave' with a description of the service's status.
- Deliver me to hell:** A section about a YouTube channel with a thumbnail image of a woman.
- Hardware, noticias »:** A section titled 'Nuevos lanzamientos de Sony Vaio' with a thumbnail image of a laptop.
- gnulinux, noticias, software »:** A section titled '[3-2010] La Semana en el Software Libre' with a thumbnail image of a Linux logo.
- byte, gadgets, noticias »:** A section titled 'iPhone 4 en México para finales de Agosto y vendrá desbloqueado!' with a thumbnail image of the iPhone 4.
- gnulinux, noticias, software »:** A section titled '[2-2010] La Semana en el Software Libre' with a thumbnail image of a Linux logo.

At the bottom of the page, there are several widgets:

- comentarios recientes:** A list of recent comments.
- los más votados:** A list of the most popular articles.
- los más vistos:** A list of the most viewed articles.

The footer contains copyright information and social media links.

A partir de la matriz de observación, diseñada para llevar a cabo este análisis descriptivo, *Byte Podcast* se constituye de los siguientes aspectos:

Tabla No. 6
Aspectos Interactivos de *Byte Podcast*

Dimensión de la Interactividad	Aspecto	Variable	Byte Podcast
Sujeto/Objeto	Adaptabilidad	Permite su escucha en distintos tiempos (asincronía)	SI
		Se puede descargar el <i>podcast</i> a un <i>podcatcher</i>	SI
		Existe el formato de datos para actualizar los contenidos a los usuarios (RSS)	SI
		El usuario puede descargar los archivos a un dispositivo móvil	SI
	Modificabilidad	Existe alguna herramienta que permita a los usuarios hacer correcciones directamente el <i>podcast</i>	NO
		Los usuarios pueden cambiar o ampliar el contenido del <i>podcast</i>	NO
Los usuarios pueden crear sus propios <i>podcast</i> a partir de la escucha de éstos		NO	
Sujeto/Sujeto	Comunicación	El usuario puede contactar al <i>podcaster</i>	SI
		El usuario puede interactuar con otros usuarios	SI
		Herramientas de contacto:	
		Foros	SI
		Comentarios/Post	SI
		Chat	NO
		Redes Sociales	SI
		Mail	SI
Teléfono	SI		

La tabla anterior muestra algunos de los elementos, en torno a la interactividad que presenta *Byte Podcast*. En primer término se analizará la dimensión sujeto/objeto de este *podcast*.

En cuanto a la adaptabilidad, aspecto primero de la dimensión sujeto/objeto, *Byte Podcast* provee a sus usuarios variedad en cuanto a la posibilidad de acceso a este producto, es decir, los usuarios pueden adecuar la escucha de este *podcast* de acuerdo a sus necesidades.

Los diversos episodios que constituyen a este producto se encuentran a disposición de los usuarios en dos maneras importantes y significativas que se

relacionan directamente con las variables manifiestas en la tabla: a) escucha en distintos tiempo, b) formato de datos de actualización de contenidos (RSS).

Imagen No. 8 Adaptabilidad del consumo de *Byte Podcast*



Consumo por
suscripción.
Actualización
automática vía RSS

Fuente: <http://www.arroba.com.mx/byte/blog/2009/04/17/registro-de-usuarios-de-celulares-y-ley-de-la-sociedad-de-la-informacion-byte-podcast-158/>

Como ya se había mencionado en el capítulo anterior, una de las características principales que tiene el *podcast*, en cuanto a su posibilidad de acceso, es el consumo asincrónico de esta clase de productos, en donde el usuario tiene la capacidad de seleccionar el momento en que así desee escucharlo.

En este sentido, *Byte Podcast* ofrece a los escuchas dos posibilidades: 1) vía *streaming* y 2) vía suscripción RSS. Aunque se manifestó que el *streaming* emplea una tecnología completamente diferente a la usada en un *podcast*, *Byte Podcast* echa mano de este recurso ampliando el espectro tanto de acceso y consumo del mismo. Es decir, si algún usuario sólo está interesado en escuchar un episodio del *podcast* podrá tener acceso a él a través del histórico del mismo y podrá reproducirlo directamente en el blog de *Byte Podcast*.

Por otro lado, si algún usuario despierta su interés en seguir escuchando las emisiones de este *podcast*, tiene la posibilidad de suscribirse vía RSS. Igualmente, como ya se había destacado en el capítulo segundo, el RSS es el elemento que hace posible la sindicación de los *podcast*, es decir, es el factor que permite tener acceso a estos productos sonoros sin tener necesidad de visitar el portal, la página web o el *blog* que se encuentre generándolos.

Imagen No. 9 Vías de Acceso para la Suscripción a *Byte Podcast*

The image shows a screenshot of the 'byte.' website. At the top left is the 'byte.' logo with the tagline 'Tecnología aplicada... a la vida'. To the right are two advertisements: 'Poste Tronconicos Acero' and 'Notebook Dell Vostro 3300'. Below the logo is a navigation menu with links: 'INICIO', 'ENLÁZAMOS', '¡SUSCRÍBETE!', 'EVENTOS DE TECNOLOGÍA', 'EQUIPO', 'FORO BYTE', 'DIXO'. A search bar is on the right. The main content area is titled 'Inicio » ¡Suscríbete!' and features a large '¡Suscríbete!' heading. Below this is an RSS icon and a '1 retweet' button. The text explains that to subscribe, one needs a program that can receive RSS feed information and download MP3 files. A circle highlights the sentence: 'Estos programas existen para Windows, Mac OS y Linux, y algunos ejemplos son: iTunes, Juice, amarak, y hasta winamp.' Below this, there are links for direct subscription via iTunes and a direct RSS feed link. A 'Byte Podcast' section on the right provides a welcome message and contact information, including a voice number: '(55) 8421-9856'.

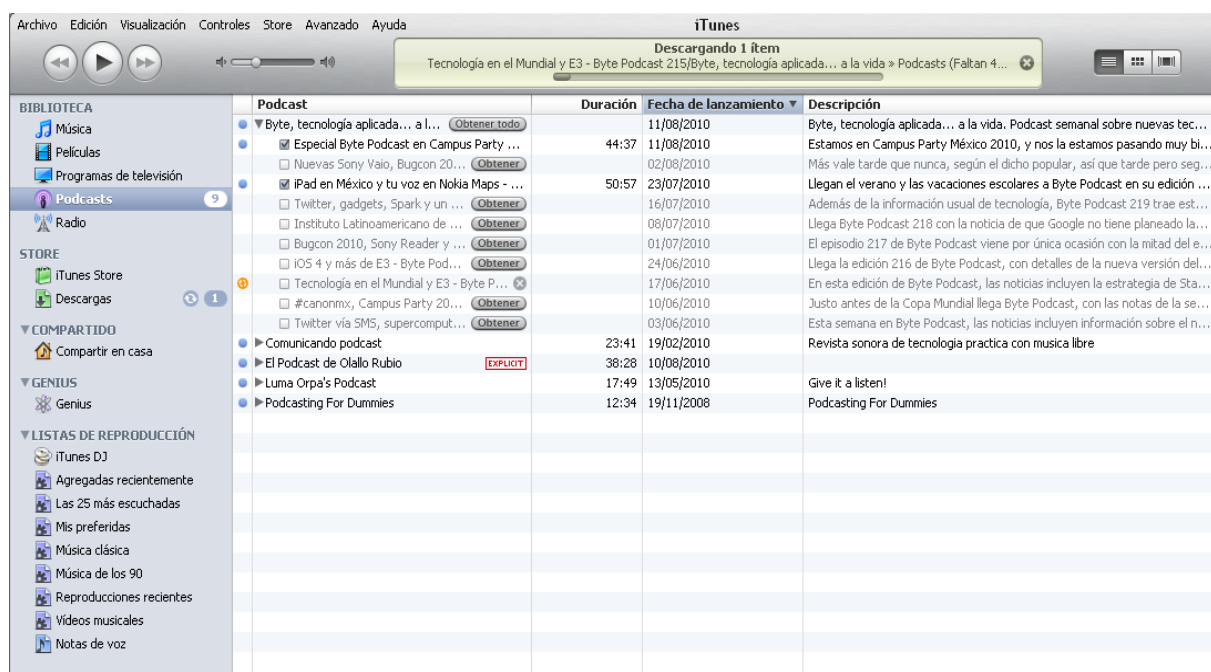
Fuente: <http://www.arroba.com.mx/byte/blog/suscríbete/>

La imagen anterior muestra las formas de acceso que tienen los usuarios para obtener cualquier episodio de *Byte Podcast*, pero lo más destacado es lo señalado en el círculo, en donde se enuncia lo siguiente: “Estos programas existen para Windows, Mac OS y Linux, y algunos ejemplos son: iTunes, Juice, Amarak y Winamp”. Por tanto, se hace manifiesto al suscriptor que tiene la posibilidad de bajar, cualquier episodio del *podcast*, a través de lo que se denominó, en el capítulo segundo, como *podcatcher*, es decir, un programa diseñado para descargar los

archivos a través de los Feeds RSS, poniendo de manifiesto una más de las variables definidas en la matriz de observación.

A continuación se muestra la imagen del *podcatcher* iTunes, en donde es posible visualizar una de las opciones que *Byte Podcast* señala para el acceso a sus contenidos. En dicha imagen se muestra un listado de varios episodios que el usuario puede adquirir con tan sólo dar click en la opción de obtener y así el usuario gestiona de manera simple los contenidos que desea adquirir.

Imagen No. 10
Acceso a *Byte Podcast* a través del *Podcatcher iTunes*



Fuente: Impresión de pantalla de iTunes

La automatización del proceso de recepción de un *podcast* a partir de un *podcatcher*, como se ha enfatizado, es una de las notas características de estos archivos sonoros, pero a este proceso ha de sumársele un elemento más: la posibilidad de descarga del archivo en un dispositivo multimedia portátil, mismo que refiere a un concepto muy específico que integra la cualidad de movilidad, haciendo todavía más adaptable –en términos de la decisión temporal de escucha del producto- el acceso al *podcast*.

Aunque los dispositivos multimedia portátiles en sí mismos pueden generar procesos de interactividad sujeto/objeto independientes a los manifiestos en este análisis descriptivo, la decisión de considerarlos radica en el hecho de que los propios *podcatcher* proveen a los usuarios la opción de importar los *podcast* a estos dispositivos ampliando –como ya se ha mencionado- la posibilidad de escucha espacio-temporal que así determine el usuario, sin necesidad de encontrarse frente a la computadora.

Cabe agregar que la posibilidad de descarga de los archivos *podcast* a un dispositivo multimedia portátil no depende necesariamente de la configuración del *podcast* en sí, es decir, el *podcast* no incluye dentro de su estructura informática algún elemento que lo convierta en portable, sino que es el *podcatcher* el que se encarga de hacer posible esta acción.

En lo concerniente a *Byte Podcast*, al tener la opción de suscripción a través de un *podcatcher* como *iTunes* la descarga de los diversos episodios se facilita, aunque es excluyente debido a que *iTunes* sólo es compatible con los dispositivos fabricados por la empresa Apple debido a que este programa fue, igualmente, creado por dicha empresa.

En términos generales, el aspecto de adaptabilidad que presenta *Byte Podcast*, evidencia una interactividad sujeto/objeto basada principalmente en la diversidad de posibilidades en cuanto acceso que este *podcast* provee a sus usuarios, al ofrecer una variedad significativa en la presentación de sus episodios y así logra adecuarse a las necesidades de escucha de los usuarios.

A continuación, se llevará a cabo la revisión del segundo aspecto de la interactividad sujeto/objeto: la modificabilidad. Se señalaba que la definición de dicho aspecto pretende observar qué tanto de las posibilidades interactivas ofrecidas por *Byte Podcast* permiten a los usuarios intervenir en la modificación del contenido provisto por dicho *podcast* y, a su vez, si el contenido motiva la producción de *podcasting* a fin de reconceptualizar el papel de los usuarios y hacerlos transitar hacia el rol de *prosumer*.

Pues bien, en las variables propuestas para este aspecto se trató de identificar las herramientas ofrecidas a los usuarios para transformar el contenido de los *podcast* publicados y, a su vez, las herramientas que permitieran que emisor y receptor, en cierto momento, intercambien sus papeles, lo cual significa el más alto grado de interactividad, como es visible en la tabla no. 6, todas las observaciones recogidas apuntaron hacia respuestas negativas.

De dicha observación se infiere que *Byte Podcast* mantiene elementos propios de la lógica de los programas de radio en su versión hertziana, lo que pone de manifiesto que el desarrollo del contenido de este *podcast* termina en el momento de su publicación. Así, a los usuarios no se les permite modificar el contenido de las emisiones de *Byte Podcast*.

En este sentido, el ideal de entregar el control a los usuarios de estos nuevos medios se diluye al revisar este aspecto. Por tanto, la construcción de la comunicación entre el usuario y el medio no sobrepasa la visión del usuario como escucha-receptor.

Sin embargo, es de destacar que a partir de los contenidos provistos por *Byte Podcast* –relacionados con GNU/Linux, *gadgets*, *software*, *bookmarks*, electrónica de consumo, cultura digital e Internet en general- podría perfilarse cierto nivel de estímulo en la producción de *podcast*. Sería muy arriesgado afirmar tal aseveración debido a que no se realizó un análisis en torno al contenido de este *podcast*, ni tampoco uno referente a cómo los usuarios aprovechan la información provista por el *podcast*, pero resulta evidente en algunos episodios la referencia y motivación en torno a diseño de *podcast*.

Emisiones tales como *Byte Podcast #71: Jornadas de Podcasting en Barcelona*, *Byte Podcast #82* y *#83* y una emisión especial entre estos dos: *Primeras Jornadas de Podcasting en México* y *Byte Podcast #155: Talleres de podcasting* Dixo, podrían configurarse como un incipiente intento de motivación para un posible tránsito de podescuchas a *podcasters*. Pero se insiste en que este pensamiento es mera especulación, en tanto no se diseñó una metodología que orientada hacia el contenido y recepción de dicho *podcast*. De ahí, la decisión de manifestar como

negativa la variable relacionada con la posibilidad de que los usuarios creen sus propios *podcast* a partir de la escucha del mismo.

Al seleccionar como categoría clave la interactividad, para indagar en torno a la posible reconceptualización de roles en el proceso comunicativo a partir de la producción de *podcasting*, desde la observación realizada a través de la matriz definida, la dimensión sujeto/objeto que presenta *Byte Podcast* apela a la posibilidad de que el usuario intervenga de manera significativa en la secuencia de emisión del *podcast*, es decir, el usuario posee mayor libertad a la hora de tomar decisiones en relación a qué escuchar, cómo escucharlo y cuándo hacerlo.

Asimismo, se infiere que *Byte Podcast* se emite bajo la lógica de las producciones radiales tradicionales en donde los escuchas no tienen posibilidad de intervenir en el contenido de los episodios emitidos.

De esta manera, se visualiza que la interactividad sujeto/objeto del *podcast* analizado, provee variedad de herramientas a los usuarios para definir espacial y temporalmente hablando el acceso al producto, pero ninguna de estas herramientas motiva intervención ante el *podcast* escuchado o decisión de lo que se ha de emitir en dicho *podcast*, por tanto no hay un proceso de coparticipación.

Ahora toca el turno de la descripción de la interactividad sujeto/sujeto, que como ya se había señalado es la que permite establecer intercambios entre uno o más individuos, a partir de herramientas tecnológicas que posibiliten dicho intercambio.

El aspecto que define a este tipo de interactividad es la comunicación. Con estas herramientas definidas en la matriz de observación, los usuarios pueden participar en la producción de información, al enviar la que ellos mismos elaboren.

Se observa en *Byte Podcast* permite a sus usuarios ponerse en contacto con el medio, comentar los *podcast*, ver los comentarios de otros usuarios y responder a ellos. Asimismo, este *podcast* abre variedad de foros para permitir que los usuarios participen de las dudas, comentarios, sugerencias, promociones y otros ítems que

así deseen dar a conocer a través de estos espacios, para tener acceso a estos foros es necesario suscribirse y convertirse en miembro de la comunidad.

Imagen No. 11 Foros de Byte Podcast

Bienvenido(a), Visitante. Por favor, [ingresa](#) o [regístrate](#).
¿Perdiste tu email de activación?

15 de Agosto de 2010, 03:17 am

Buscar.. Buscar

Inicio Ayuda Search Calendario Ingresar Registrarse

byte.

Foro de Byte Podcast

General			
	Comunidad Byte Este foro es el lugar ideal para que se presenten y nos conozcamos todos...	781 Mensajes 130 Temas	Último mensaje por GeoWar en fallasssss podcast y fee... 10 de Agosto de 2010, 02:33 pm
	Sitios Web Recomendaciones de sitios web, anuncios de blogs, sitios útiles o entretenidos.	168 Mensajes 62 Temas	Último mensaje por @neltic en Re: Página de divulgació... 08 de Junio de 2010, 01:11 pm
	Podcasts Todo lo relacionado con podcasting, sus favoritos, dudas, anuncios...	119 Mensajes 28 Temas	Último mensaje por armandoesqueda en Entrada a Campus Party c... 25 de Julio de 2010, 01:53 pm
	Compro Vendo Cambio Usen este foro bajo su propio riesgo _nadie_ se hace responsable de problemas que puedan surgir en las transacciones que aquí se lleven a cabo.	279 Mensajes 118 Temas	Último mensaje por Omashu en Re: Sony Ericsson Xperia... 16 de Junio de 2010, 10:57 am
Soporte técnico			
	GNU/Linux, *BSD, Unix Relacionado con Linux y sus parientes, distribuciones y Software Libre	367 Mensajes 89 Temas	Último mensaje por Arcangelve en Como Instalar una tarjet... 02 de Agosto de 2010, 12:36 pm
	Windows Todo lo relacionado a Windows y sus aplicaciones	406 Mensajes 79 Temas	Último mensaje por Uriel_Ac en Re: Como evitar que copi... 28 de Julio de 2010, 01:07 pm
	Mac Todo lo relacionado a Apple...	143 Mensajes 32 Temas	Último mensaje por elauti en Thunderbird para Mac / E... 12 de Agosto de 2010, 01:48 pm
	Comunicación Móvil Teléfonos móviles, Palms, iPaq, Symbian, Android, etcétera...	225 Mensajes 59 Temas	Último mensaje por hecky en Recomendacion Smartphone 21 de Julio de 2010, 09:44 pm
	Conexiones a Internet DSL, ISPs, banda ancha, WiMax, EDGE, 3G, etcétera...	227 Mensajes 37 Temas	Último mensaje por Dr.Wagner en Administrar Ancho de Ban... 29 de Junio de 2010, 03:40 pm
	Desarrollo y programación Preguntas, proyectos, información y todo lo relacionado con el desarrollo, ya sea de aplicaciones, de sitios web, etcétera.	106 Mensajes 41 Temas	Último mensaje por Rulero en Material de cursos de Mi... 16 de Diciembre de 2009, 09:28 pm
Entretenimiento Digital			
	Videojuegos Recomendaciones, preguntas, anuncios de juegos de video, para PCs y consolas	71 Mensajes 16 Temas	Último mensaje por David Ochoa B. en Re: THQ para PC quincena... 23 de Mayo de 2010, 02:44 am
	Multimedios Música, cine, etcétera. En línea y en la vida real.	127 Mensajes 27 Temas	Último mensaje por cagg87 en Re: Música en el itunes... 10 de Febrero de 2010, 04:54 pm
	Gadgets Anuncios, ligas, recomendaciones, dudas...	177 Mensajes 40 Temas	Último mensaje por Carola4u en Re: ¿Qué silla ergonómic... 20 de Julio de 2010, 05:17 pm

Foro de Byte Podcast - Centro de Información

Calendario de eventos próximos

Cumpleaños próximos: [shadownet](#) (24)

Estadísticas SMF

3196 Mensajes en 758 Temas por 1114 Usuarios. Último usuario: [Timetotravel](#)
Último mensaje: ["Thunderbird para Mac / E..."](#) (12 de Agosto de 2010, 01:49 pm)
[Ver los mensajes más recientes del foro.](#)
[\[Más Estadísticas\]](#)

Usuarios en Línea

9 Visitantes, 0 Usuarios

Máximo Online Hoy: 14. Máximo Online Siempre: 220 (09 de Abril de 2008, 06:48 pm)

Ingresar (¿Olvidaste tu contraseña?)

Usuario: Contraseña: Duración de la sesión en minutos: Recordar siempre Usuario/Contraseña:

Powered by SMF 1.1.4 | SMF © 2006-2007, Simple Machines LLC
2008 Byte Podcast, México
OrangeLine by Crip

Fuente: <http://foros.bytepodcast.com/>

Otras formas de comunicación tales como el correo electrónico y el buzón de voz, no requieren expresamente incorporarse a la comunidad Byte a partir de una suscripción, pero se configuran como vías directas de comunicación para dar a conocer comentarios, sugerencias o intercambiar información directamente con la producción de *Byte Podcast*, principalmente con el autor del *podcast*, es decir, con David Ochoa.

Imagen No. 12
Vías de Comunicación en *Byte Podcast*

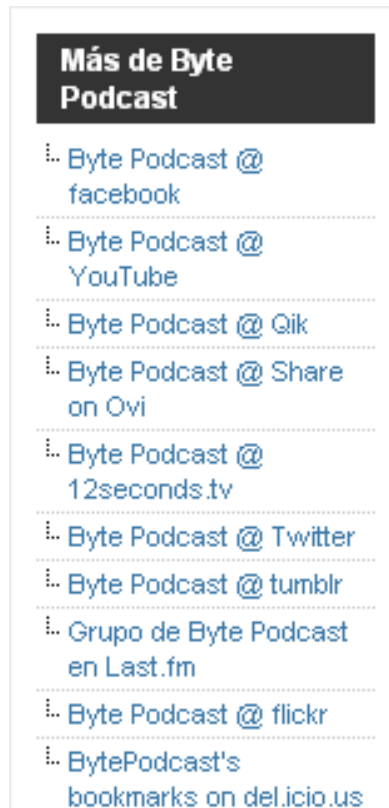


Fuente: <http://www.arroba.com.mx/byte/blog/>

Es importante destacar que estas vías –el correo electrónico y el buzón de voz- no garantizan una respuesta bidireccional, sino que funcionan principalmente como herramientas de contacto que el *podcast* pone a disposición de los usuarios.

Por otro lado, el auge del uso de las redes sociales ha provocado que los nuevos medios no se aíslen de ellas y las integren como un canal más para establecer lazos de comunicación entre los usuarios y los creadores, en este caso, del *podcast*. En este sentido, *Byte Podcast* ofrece un pequeño menú en donde los usuarios pueden seleccionar diversas opciones de seguimiento de las informaciones que vaya generando *Byte Podcast*, en paralelo a la emisión de propio *podcast*.

Imagen No. 13
Byte Podcast y Redes Sociales



Fuente: <http://www.arroba.com.mx/byte/blog/>

Finalmente, *Byte Podcast* al tener como centro de organización de la información su propio *blog*, el sistema de *post* es otras de las maneras que los usuarios tienen para ponerse en contacto tanto como con el creador del *podcast* como con otros usuarios del espacio.

Cabe señalar que para postear comentarios a cualquiera de las emisiones de *Byte Podcast* no se requiere ninguna clase de suscripción, simplemente se rellena el formulario requerido, se escribe el comentario y éste sube de manera automática al *blog*. Asimismo, es importante destacar que los usuarios que deseen tener acceso a los comentarios que otros hagan, al *podcast* escuchado, no sólo es a partir de la consulta directa al *blog*, sino que también *Byte Podcast*, en cada una de sus emisiones provee el servicio de suscripción vía RSS para recibir la notificación de nuevos *post* insertos en el *blog* de *Byte*.

Imagen No.14
Comentarios/Post en las Emisiones de Byte Podcast

The screenshot shows the Byte Podcast website interface. At the top, there's a navigation bar with links like 'Inicio', 'Delazabos', 'Opiniones', 'Eventos de Tecnología', 'Equipos', 'Foro Byte', and 'Blogs'. The main content area features a post titled 'Especial Byte Podcast en Campus Party 2010 parte 1'. The post text discusses the special edition of the podcast for the event, mentioning the host Miguel Solís and the team. Below the post, there are three comments from users 'Danyi (danyi) dijo', 'Marchfeld dijo', and 'glend dijo'. A sidebar on the right contains a '¿Quieres seguir el live cast?' section, an RSS feed subscription form, a 'Participa en este sitio' section with a list of members, and a '¿Quieres ir o planes de ir a CP?' poll. At the bottom, there are sections for 'comentarios recientes', 'los más votados', and 'los más vistos'.

Fuente:
http://www.arroba.com.mx/byte/blog/2010/08/11/byte-podcast-campus-party-2010-1/

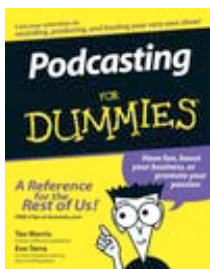
En términos generales, la interactividad sujeto/sujeto que provee *Byte Podcast*, no se encuentra vinculada directamente al *podcast* en sí, es decir todos los elementos explorados apuntan a herramientas externas que el *blog* de *Byte Podcast* pone a disposición de los usuarios a fin de establecer nexos interactivos.

Aspecto que pone de manifiesto que a partir del propio *podcast* no es posible llevar a cabo intercambios de información de manera dialógica, sino que prevalece el modelo de la comunicación de masas, en donde el emisor -en este caso el *podcaster*- construye el mensaje que así desee exponer y las herramientas alternas, como los post, los foros, etcétera, fungen como canales alternos para la comunicación, principalmente, entre los usuarios.

Es importante destacar que estos canales ciertamente proveen a los usuarios espacios para el intercambio de puntos de vista, sugerencias, dudas y hasta la apertura de debates, ofreciendo un alto grado de interactividad sujeto/sujeto, pero exclusivamente entre los usuarios, ya que como se señaló con anterioridad, el hecho de que el *blog* de *Byte Podcast* integre variedad de herramientas para la comunicación no garantiza una respuesta directa del *podcaster* hacia los podescuchas o que los comentarios subidos incidan en el contenido de las emisiones de este *podcast*.

3.1.2. PODCASTING FOR DUMMIES

Ahora toca el turno de *Podcasting For Dummies*. La selección particular de este *podcast* responde principalmente al contenido del mismo, ya que como su nombre lo señala este producto va dirigido a personas que tienen interés de vincularse con la producción de los mismos.



La génesis de este *podcast* parte de la publicación de un libro denominado bajo el mismo nombre, escrito por Tee Morris, Evo Terra, Dawn Miceli y Drew Domkus.

Resulta trascendente señalar la evidencia de la

integración del libro con su versión en *podcast*, ya que se compone de dos medios para la propagación de la producción de *podcasting* en el entorno de la Web 2.0.

Particularmente la versión de archivos sonoros *podcast* podrían vivificar parte de la configuración de la actual denominada Web Social, ya que a partir del uso y adhesión a productos generados en este contexto es posible incentivar, invitar a los usuarios a integrarse a la realización de los mismos.

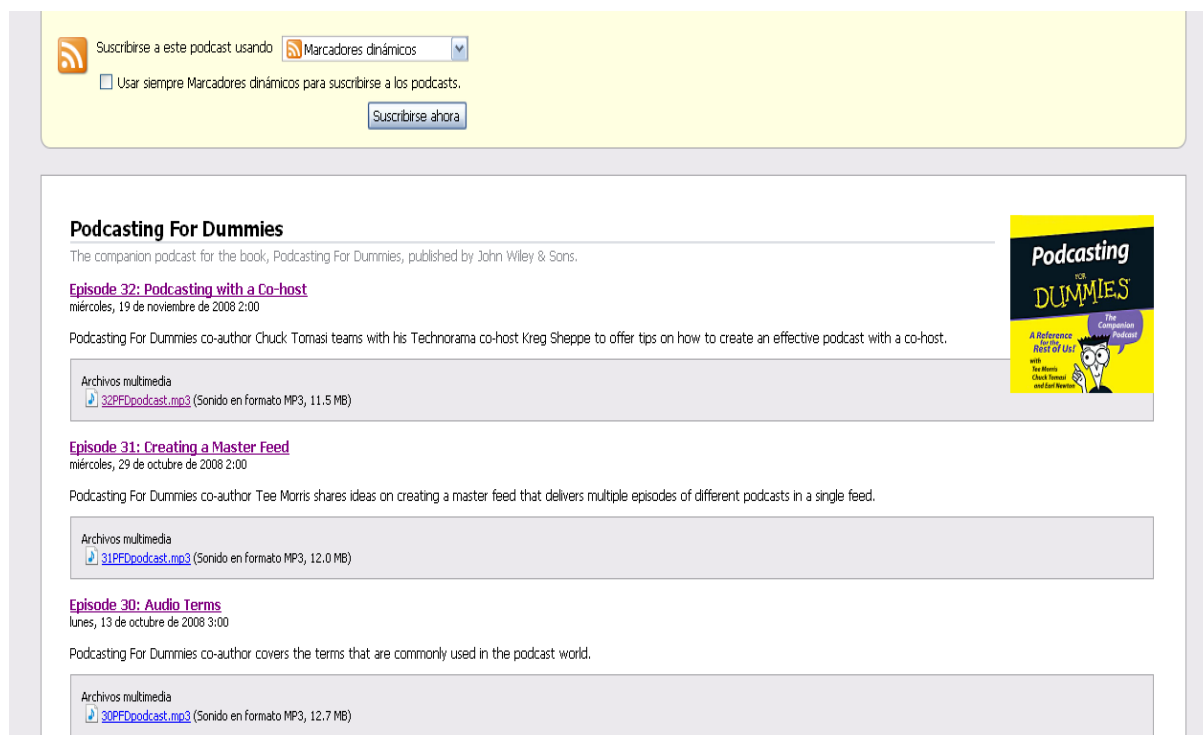
A continuación a partir de la matriz de observación diseñada para este análisis descriptivo, se especifican los aspectos interactivos con los que cuenta *Podcasting for Dummies*;

Tabla No. 7
Aspectos Interactivos de *Podcasting for Dummies*

Dimensión de la Interactividad	Aspecto	Variable	Podcasting for Dummies
Sujeto/Objeto	Adaptabilidad	Permite su escucha en distintos tiempos (asincronía)	SI
		Se puede descargar el <i>podcast</i> a un <i>podcatcher</i>	SI
		Existe el formato de datos para actualizar los contenidos a los usuarios (RSS)	SI
		El usuario puede descargar los archivos a un dispositivo móvil	SI
	Modificabilidad	Existe alguna herramienta que permita a los usuarios hacer correcciones directamente el <i>podcast</i>	NO
		Los usuarios pueden cambiar o ampliar el contenido del <i>podcast</i>	NO
Los usuarios pueden crear sus propios <i>podcast</i> a partir de la escucha de éstos		SI	
Sujeto/Sujeto	Comunicación	El usuario puede contactar al <i>podcaster</i>	NO
		El usuario puede interactuar con otros usuarios	NO
	Herramientas de contacto:	Foros	NO
		Comentarios/Post	NO
		Chat	NO
		Redes Sociales	NO
		Mail	NO
		Teléfono	NO

A simple vista, a partir de la tabla no. 7, es posible destacar que *Podcasting for Dummies* tal parece que no posee la misma variedad de elementos interactivos con los que cuenta *Byte Podcast*, pero en ello se abundará en lo sucesivo.

Imagen no. 15
Página para acceder a los episodios de *Podcasting for Dummies*



The screenshot shows the top section of the 'Podcasting For Dummies' website. At the top, there is a yellow banner with a subscription form. It includes an RSS icon, the text 'Suscribirse a este podcast usando', a dropdown menu set to 'Marcadores dinámicos', a checkbox for 'Usar siempre Marcadores dinámicos para suscribirse a los podcasts.', and a 'Suscribirse ahora' button. Below this, the main content area has a white background. On the left, the title 'Podcasting For Dummies' is followed by a description: 'The companion podcast for the book, Podcasting For Dummies, published by John Wiley & Sons.' To the right is a book cover for 'Podcasting for Dummies'. The main content lists three episodes: 'Episode 32: Podcasting with a Co-host' (dated 19 de noviembre de 2008 2:00), 'Episode 31: Creating a Master Feed' (dated 29 de octubre de 2008 2:00), and 'Episode 30: Audio Terms' (dated 13 de octubre de 2008 3:00). Each episode entry includes a brief description and a 'Archivos multimedia' section with a download link for an MP3 file.

Fuente: <http://etips.dummies.com/rss/podcastingfd.xml>

En primer término, desde la dimensión de la interactividad sujeto/objeto, *Podcasting for Dummies* desde el aspecto de la adaptabilidad evidencia la posibilidad de escucha asincrónica y, la igual que el *podcast* anterior, el sistema de acceso es por medio de dos vías: a) *streaming*, b) *podcatcher* (suscripción RSS).

A diferencia de *Byte Podcast*, *Podcasting for Dummies*, en su acceso vía *streaming* cuenta con una presentación muy simple, en cuanto al diseño gráfico. El usuario da click al episodio que desea consultar y en automático la página de *Podcasting for Dummies* se sustituye por una visualización del reproductor, misma que se muestra a continuación.

Imagen no. 16
Reproducción de *Podcasting for Dummies* vía *streaming*

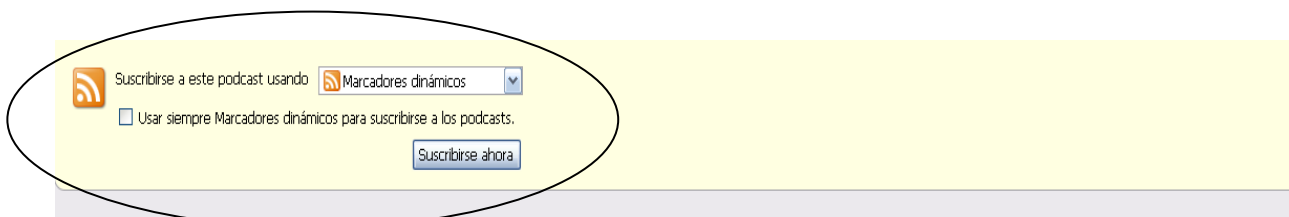


Fuente: <http://www.dummies.com/podcast/podcastingfd/28PFDpodcast.mp3>

De esta manera, el usuario tiene acceso a cualquier episodio de *Podcasting for Dummies* utilizando a Internet como plataforma. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que la tecnología *streaming* requiere necesariamente que el podescucha se mantenga conectado a Internet y, a su vez, tendrá que evitar cambiar de página a fin de no perder la escucha del episodio seleccionado.

Pero de acuerdo a lo asentado en la matriz de observación de este *podcast*, es posible identificar que también cuenta con la suscripción vía RSS, es decir, que con el objetivo de que el usuario tenga acceso a los episodios de *Podcasting for Dummies*, sin necesidad de visitar la página, el usuario a través de un *podcatcher* – como ya se ha señalado- podrá tener acceso a los episodios que así determine escuchar y, a su vez, posibilitará la descarga de estos archivos a un reproductor multimedia portátil.

Imagen No. 17
Suscripción a *Podcasting for Dummies* vía RSS



Podcasting For Dummies

The companion podcast for the book, *Podcasting For Dummies*, published by John Wiley & Sons.

Episode 32: Podcasting with a Co-host
miércoles, 19 de noviembre de 2008 2:00

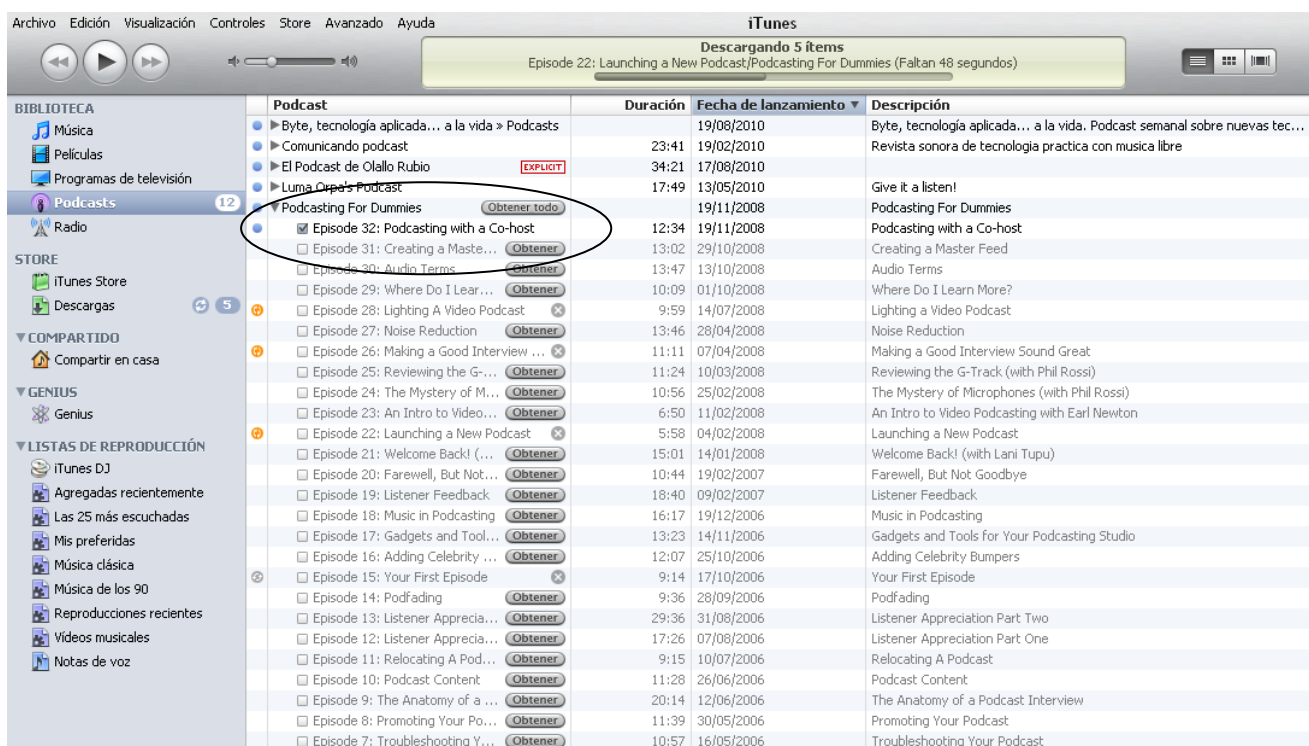
Podcasting For Dummies co-author Chuck Tomasi teams with his Technorama co-host Kreg Sheppe to offer tips on how to create an effective podcast with a co-host.

Archivos multimedia
[32PFDpodcast.mp3](#) (Sonido en formato MP3, 11.5 MB)



Fuente: <http://etips.dummies.com/rss/podcastingfd.xml>

Imagen no. 18
Acceso a *Podcasting for Dummies* vía suscripción RSS a través del *Podcatcher*
iTunes



Fuente: Impresión de pantalla de iTunes

De nueva cuenta, a través de la imagen anterior se evidencia la posibilidad de agregar a la carpeta de *podcast* del *podcatcher iTunes* el acceso a *Podcasting for Dummies* vía RSS y, a su vez por medio de este programa se garantiza la descarga de los episodios, seleccionados por el usuario, a un dispositivo multimedia portátil.

Por tanto, las tres variables señaladas para el aspecto adaptabilidad de la dimensión de interactividad sujeto/objeto se presentan, lo que define a *Podcasting for Dummies* como producto altamente adaptable a las condiciones de escucha que los usuarios así decidan y, a su vez, caracterizando sólo un aspecto de la interactividad que cotidianamente presentan los *podcast*.

Es importante añadir, de nueva cuenta, que este aspecto de la interactividad sólo definen las relaciones que se establecen entre la entidad material que hace

posible el acceso al *podcast*, como las relacionadas con la dinámica de escucha de estos productos a partir del denominado *podcatcher*.

Ahora se identificarán las variables relacionadas con la modificabilidad, definida como la identificación de herramientas que permitan a los podescuchas llevar a cabo modificaciones directamente al contenido emitido en los *podcast*.

De igual manera, como fue observado en *Byte Podcast, Podcasting for Dummies*, no evidencia herramientas que permitan modificar el contenido de sus episodios.

Si bien es cierto e importante señalar que cualquier usuario que desee obtener algún episodio, guardar el archivo y en lo sucesivo –a partir de un programa de edición de audio- tomar fragmentos del episodio y reutilizarlos en la generación de otros archivos sonoros, esta actividad se configura como una mera iniciativa con fines particulares determinados por el usuario –aspecto en el que no se abundará debido a que no es materia del análisis descriptivo, sin embargo es importante acotar dicha posibilidad-.

Pero en definitiva la web de *Podcasting for Dummies* no ofrece a los podescuchas la posibilidad de modificar el contenido publicado en los archivos, de nueva cuenta, enfatizando el rol de escucha-receptor.

Es cierto que a partir del aspecto de adaptabilidad, la observación hecha a *Podcasting for Dummies* evidencia un variado acceso a la escucha de los diversos episodios, pero este factor no alcanza siquiera a perfilar una posible coparticipación en el diseño del contenido de este producto en particular.

Sin embargo, *Podcasting for Dummies* a diferencia de *Byte Podcast* si cuenta con un elemento clave, que podría incentivar la producción de *podcast* en general: su contenido. Desde el propio nombre (*Podcasting for Dummies*) este producto ya proyecta a sus posibles podescuchas que a través del acceso a este *podcast*, podrán conseguir una guía para el diseño y realización de esta clase de nuevos medios.

Como ya se había señalado, no es materia de este análisis descriptivo abundar en el contenido de los *podcast* seleccionados, pero a través de la identificación de *Podcasting for Dummies*, es posible inferir que estos nuevos medios –como podría ser el caso del *podcast*- se configuran como canales de acceso a información relacionada con la creación de los mismos, con el fin de evidenciar diversos niveles de uso, es decir, no permanecer como meros receptores de los contenidos emitidos por unos cuantos, sino que quien se encuentre interesado en inmiscuirse en la creación de ellos se vincule, primeramente, desde el rol de la recepción para luego transitar a la emisión.

La reflexión anterior apunta a ofrecer una nueva hipótesis que bien podría ser considerada para trabajos futuros no sólo vinculados a la creación de *podcast*, sino también a otra clase de espacios de comunicación que día a día emergen a través de Internet.

Ahora se dará pie la interactividad sujeto/sujeto observada en *Podcasting for Dummies*. De acuerdo con los datos señalados en la matriz de observación (tabla no. 7), este *podcast* no cuenta con ningún elemento que permita a los usuarios establecer comunicación, entre ellos o con el *podcaster*.

Foros, redes sociales, chats o cualquier otra herramienta externa que complemente a la página de *Podcasting for Dummies*, se encuentran completamente ausentes, lo que deja de manifiesto que los *podescuchas* que tengan acceso a este producto, al menos a través de la web del *podcast*, no establecerán intercambios de información.

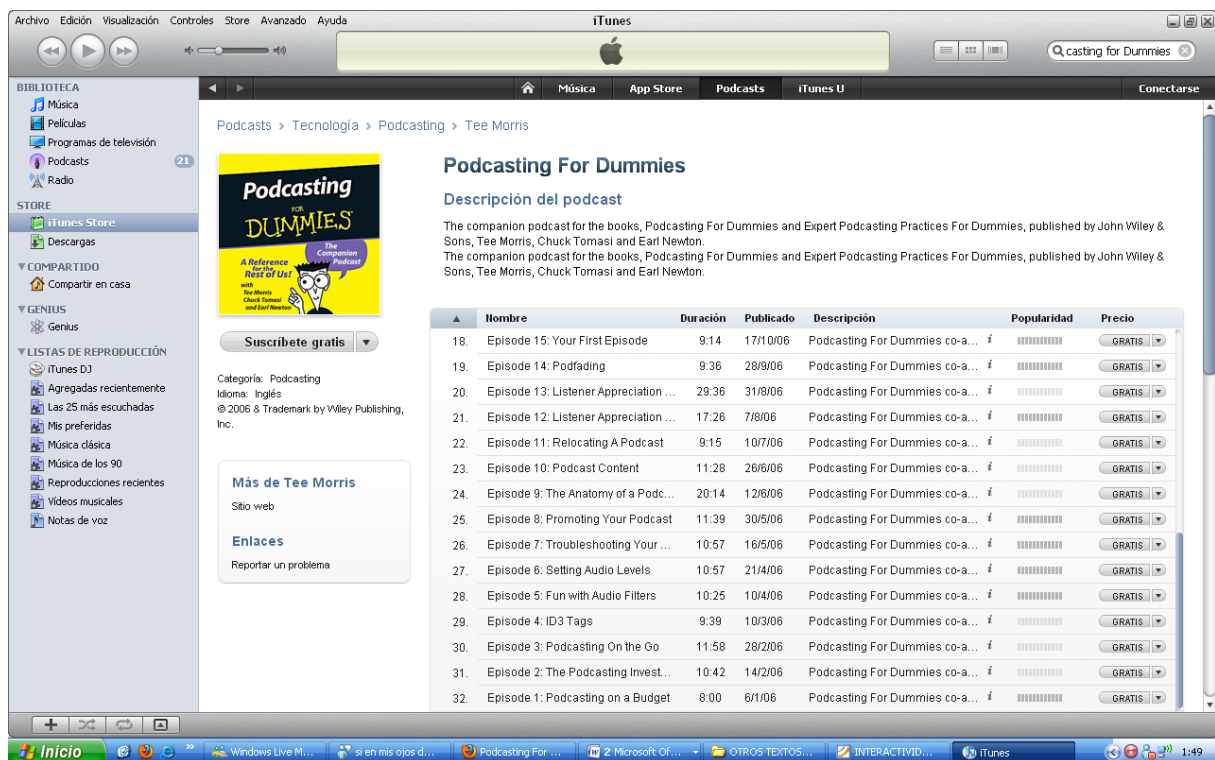
En este sentido, queda asentado que el proceso de interacción que provee *Podcasting for Dummies* a sus escuchas es exclusivamente sujeto/objeto, lo que reduce significativamente las posibilidades de socializar a través de la escucha de este *podcast*.

Vale al pena mencionar que este factor de socialización probablemente si se encuentre coartado por la inexistencia de herramientas para la interacción entre los usuarios, sin embargo, existen otras vías por las cuales los escuchas pueden emitir

comentarios en torno a esta producción, pero es importante destacar que estas vías son completamente externas a la *web* de *Podcasting for Dummies*.

Un ejemplo de lo señalado es posible identificarlo por medio de *iTunes*, que a través de su *Music Store*, provee los a usuarios la posibilidad de buscar *podcast* de audio y así acceder, en este caso, a *Podcasting for Dummies* y además permite que los escuchas agreguen comentarios o reseñas en torno al *podcast* y valoraciones – positivas o negativas- en torno al mismo.

Imagen no. 19
Búsqueda de *Podcasting for Dummies* a través de *iTunes Music Store*



Fuente: Impresión de pantalla de iTunes

Imagen No. 20
Posibilidad de reseñar, comentar y valorar *Podcasting for Dummies* vía *iTunes Music Store*



Fuente: Impresión de pantalla de iTunes

De acuerdo a la imagen anterior, *Podcasting for Dummies* a través de *iTunes Music Store* no presenta valoraciones o reseñas por parte de los usuarios de esta aplicación para la búsqueda de *podcast*., pero el espacio se encuentra habilitado para que los usuarios suban sus reseñas o comentarios y así establecer posibles interacciones sujeto/sujeto.

Sin embargo, es importante recordar que la matriz de observación sólo se empleó en las web de origen de los *podcast* revisados y, por tanto, la observación realizada a través de *iTunes Music Store* es sólo un complemento que bien podría identificar –de manera muy superflua- algunas vías de interacción sujeto/sujeto que algún usuario deseara establecer a partir de la escucha de *Podcasting for Dummies*.

Pero en términos reales la interactividad que prima en la web originaria de este producto, se encuentra orientada principalmente a la interacción sujeto/objeto, como fue descrito con anterioridad.

3.1.3. ALGO ESTÁ CAMBIANDO... EL PODCAST FRENTE A LA RADIO

Uno de los elementos característicos que definen el perfil de los *podcast* es justamente su cualidad interactiva, aspecto clave que pone a disposición de los estudios en comunicación el análisis de las formas comunicativas de los medios que conocemos como tradicionales ante los medios que se generan a través de Internet, como es el caso de los *podcast*.

A la luz del análisis de la interactividad que ofrecen a los usuarios los *podcast* de *Byte Pocast* y *Podcasting for Dummies*, es posible afirmar que dichos *podcast* siguen trabajando dimensiones simples de la interactividad, propias de las lógicas de la radio generalista.

Sin embargo, es necesario señalar que aún cuando los *podcast* se encuentren prácticamente definidos por su origen tecnológico, acceso y distribución de sus contenidos, finalmente se puede hablar de una reconfiguración en la manera de hacer lo que tradicionalmente conocemos como radio, colocando a Internet como el nuevo escaparate para la producción y distribución de contenidos sonoros.

La automatización, la portabilidad y la elección de contenidos son factores clave del *podcasting* desde la perspectiva del receptor. Sin embargo, este fenómeno tiene también un potencial importante desde la óptica del emisor, dado que permite a cualquier persona convertirse en un creador y distribuidor de contenidos sonoros periódicos, con un coste bajo y con la capacidad que ofrece Internet de llegar a una audiencia que, en potencia, es universal. Ciertamente, antes de la aparición de la tecnología del *podcasting* ya existía la posibilidad de incorporar archivos de audio o de vídeo en una página web, incluso en los *weblogs*. Sin embargo, la sindicación RSS generaliza las opciones de difusión sonora, dado que para la difusión de *podcasts* tan sólo es necesaria una herramienta que permita adjuntar un archivo de audio a un *feed* (Sellas, 2008, p.192).

Ante este panorama y definida la interactividad como la categoría principal para la posible identificación de la reconceptualización de roles en el proceso comunicativo a partir de la producción de *podcast*, la noción de interactividad en los *podcast* revisados giró en torno a tres aspectos: (1) la adaptabilidad (el usuario encuentra diversas formas de acceder al contenido del *podcast* para adecuarla a sus

requerimientos), (2) la modificabilidad (la posibilidad de intervenir de manera directa en la modificación del contenido del *podcast*) y (3) la comunicación (es posible establecer un contacto con los autores de los *podcast* o con otros usuarios, sin que eso signifique modificar directamente los contenidos del *podcast*).

Al comparar, en todo caso, lo que cada uno de los *podcast* pone a disposición de los usuarios para impulsar una posible reconceptualización de roles en el proceso comunicativo, basada en la interactividad ahora es posible comprender bajo qué características se cimienta el acceso a los *podcast*. Referencia que a su vez dimensiona una diferencia radical en cuanto al acceso tradicional –a partir de la radio generalista- que se tenía y aún se tiene de productos sonoros.

En este sentido, la producción de contenidos sonoros al migrar al espacio de los bits revistiéndose bajo el nombre de *podcast*, provee tanto a emisores como receptores nuevas posibilidades en cuanto a la producción y acceso. Como en otras etapas de la historia de la radio, el cambio actual manifiesta afectaciones tales como:

- en los procesos de transmisión (uso eficaz de TIC, señal más resistente a interferencias, señal que potencialmente puede utilizar distintos soportes)
- y en los sistemas de recepción de los programas (ruptura espacio-temporal para su acceso) (Martínez-Costa, 2001, p. 1).

Elementos fundamentalmente orientados en la identificación de la dimensión sujeto/objeto de la interactividad. De este modo, los usuarios de los *podcast* analizados pueden seleccionar la información que reciben y, como en el caso de *Byte Podcast*, contactar al medio.

Sin embargo, a pesar de que la interactividad sujeto/objeto se encuentre potenciada por la diversidad de formas de acceso a los *podcast* revisados, estas características no permiten a los usuarios producir información conjuntamente con los *podcasters* o modificar el contenido de las informaciones de los *podcast*. Sólo se permiten comentarios a la información, sin que haya garantía de una respuesta por parte de los productores de ésta.

Señalado lo anterior, es posible inferir que la interactividad prácticamente se encuentra asociada al aspecto técnico que define a los *podcast*, en tanto que los usuarios –como ya se ha mencionado en repetidas ocasiones- tienen el control en tanto a selección de las emisiones que así deseen escuchar, pero intervenir de manera significativa en el diseño o producción de estos contenidos no es posible.

Por tanto, a partir de este breve análisis se puede concluir que la publicación de *podcast*, ciertamente proporciona herramientas que incrementan las posibilidades interactivas desde la dimensión sujeto/sujeto, tomando en consideración que la web de origen de los *podcast* provean a sus usuarios de dichas herramientas para así motivar la participación, el intercambio de información.

En este escenario, aprovechando el potencial que ofrece Internet y los sistemas de creación digitales, los ciudadanos construyen redes y comunidades en las que el flujo e intercambio de ideas genera más conocimiento y aumenta sus posibilidades de acción y de movilización (Sellas, 2008, p. 193).

Y desde la dimensión sujeto/objeto, simplemente los usuarios tienen la posibilidad de seleccionar las emisiones que así deseen escuchar, en el tiempo que así lo determinen y, a su vez el sistema de reproducción que elijan.

De esta manera, a partir de la observación realizada es posible inferir que el tránsito de usuarios a creadores de *podcasting* no se encuentra directamente vinculada con los aspectos de interactividad manifiestos para este análisis. Efectivamente, los elementos interactivos señalados ofrecen posibilidades diversas enfocadas a en la selección de contenidos e intercambio de información tanto con los emisores originales del *podcast*, como con otros usuarios, pero estos elementos no coadyuvan de manera significativa en la coproducción de estos *podcast*.

3.2. UBICACIÓN DE LA PODCASTERA: LOS USUARIOS-CREADORES

Al inicio de este capítulo se enunciaron las vías de aproximación (análisis descriptivo y el análisis de contenido) al fenómeno de la producción de *podcasting*, con el fin de

establecer la existencia de impacto en la reconceptualización de los actores en el proceso comunicativo.

Asimismo, se indicó que el análisis de contenido se sumaría como una de las técnicas de investigación para llegar a este fin. En este sentido, iniciemos pues con la definición de esta técnica.

De acuerdo con la definición clásica de Berelson (1952), el análisis de contenido es una técnica para estudiar y analizar la comunicación de una manera objetiva, sistemática y cuantitativa, por tanto, puede considerarse una herramienta útil para analizar los procesos de comunicación en muy diversos contextos, así como también formular –a partir de ciertos datos- inferencias reproducibles y válidas en aquellos contextos (Krippendorff, 1990).

De esta manera, el análisis de contenido en esta investigación se basó en el supuesto de que la producción de *podcast* no requiere expresamente personas vinculadas, previamente, con el desarrollo de contenidos sonoros en Internet o cualquier otro medio, sino que a través de los foros virtuales de discusión o chats se establece un espacio para el intercambio de opiniones, reflexiones, soluciones y opciones de desarrollo de *podcast*, así como también, en zonas plausibles de ubicación de la actividad de la *podcastfera*. De esta manera, los foros virtuales se configuran como un elemento clave para comprender el supuesto proceso evolutivo de *podescucha* a *podcaster*, de ahí la consideración de esta técnica de investigación.

Se seleccionaron los foros de discusión o chats que tengan como eje temático el *podcast* y, principalmente, la producción de los mismos. La elección de acudir a los foros de discusión radica en que al usar este medio trae consigo muchas ventajas:

- Permite conocer formas de pensar sobre un tema específico de interés...
- ...con personas de cualquier parte del mundo que tengan acceso a Internet.
- Compartir o disentir en las opiniones dadas sobre el tema a debatir.

- Se pueden plantear preguntas sobre un tema del cual deseemos conocer más o de alguno en el que se tengan dudas...
- ...permitiendo conocer puntos de vista de expertos o principiantes en el área, así como recibir de diversidad de fuentes información de los temas a elegir en la discusión.

Dicho lo anterior, se eligieron dos foros relativos a *podcast*. La razón de seleccionar únicamente dos foros de discusión responde al propio recorrido por seleccionar los *podcast* que integran al análisis descriptivo, ya que se pudo constatar que la mayoría de los *podcast* se hallan integrados a diversidad de directorios, en listas de distribución de los *podcatchers*, así como también en páginas web que integran esta modalidad de distribución de contenidos sonoros.

Sin embargo, en todas estas modalidades de acceso a *podcast*, prácticamente no cuentan con foros de discusión y al realizar una nueva búsqueda de foros que trataran el tema de la producción de *podcasting*, la alternativa se dirigía a indagar dentro de los espacios relacionados con temas de tecnología, pero dada la inmensa gama de temas que pueden incluirse en este tópico en particular, parecía que la existencia del *podcast* no es de gran interés en esta categoría –mismos que oscilan entre temas tales como software libre, problemas de hardware, gadgets, etc.-

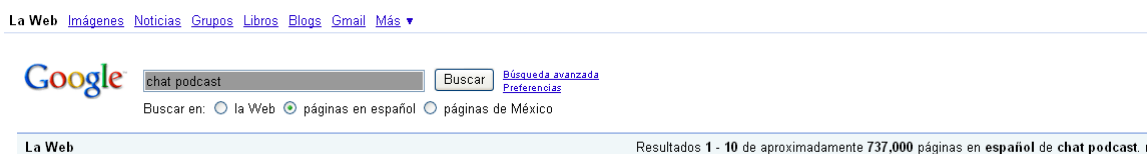
En este sentido, la elección del Foro Byte y Atina Chile: Charla Podcast, se realizó a partir de la ya señalada observación, además de que integran temas diversos en torno al desarrollo de *podcast*, ya que antes de considerar a estos foros sólo como eso –foros- cabe agregar que el primero (Foro Byte.com) se perfila como un espacio para la interacción entre los escuchas *Byte Podcast* y, el segundo (Atina Chile: Charla Podcast), es una de las web de participación ciudadana más importantes de Chile.

Aquí, cabe agregar un par de aclaraciones. Primero, Atina Chile: Charla Podcast no fue considerado en un primer momento para este análisis, sino que se configuraba como Foro elpodio.com como uno de los espacios por analizar ya que esta página además de situarse como uno de los directorios *podcast* más importantes de habla hispana fue uno de los espacios empleados para la ubicación

de los *podcast* definidos en el análisis descriptivo anterior. Sin embargo, al llegar el momento de la consulta de este foro la página se encontraba deshabilitada para su consulta, por tanto fue preciso recurrir a una nueva búsqueda para completar la definición de los dos espacios de intercambio relacionados con la producción de *podcast*.

Dicho lo anterior, para la indagación del espacio de interacción de Atina Chile: Charla Podcast, el criterio de búsqueda arrojado al motor de Google fue el siguiente “chat podcast”, ya que anteriormente se había empleado el criterio de “foro podcast” y los resultados lanzaron si muchas páginas relacionadas con los *podcast*, pero prácticamente ninguno de los foros consultados proveía de información relacionada con la producción de *podcast*.

Imagen No. 21 Búsqueda de chats sobre podcast en www.google.com



Fuente: www.google.com

Asimismo, es importante señalar que la elección de Atina Chile: Charla Podcast fue casi inmediata, ya que como se mencionó, pareciera que los foros o chat relacionados con el tema de los *podcast* mas bien sitúan sus discusiones en la promoción de diversos *podcast* o a la solución de problemas para acceder a este tipo de productos sonoros y no precisamente orientan la discusión a la creación de los mismos.

Imagen No. 22
Ubicación de Atina Chile; Charla Podcast a través de www.google.com

[Podcast # 127 "Twitta, Chat, Fan From Hell" - Corysback.com](#)
 One Response to "Podcast # 127 "Twitta, Chat, Fan From Hell"". Luis Castilla Abril 26th, 2009 at 10:23 am. Hola! Llegué hasta acá buscando ...
[www.corysback.com/.../podcast-127-twitta-chat-fan-from-hell/](#) - [En caché](#) - [Similares](#)

[PodcastDirectory | Episode: Ligando en el chat... by Ana Satchi Podcast](#)
 He ligado en un chat, ¿lo has hecho tu alguna vez? Eso de conectarte en un chat y quedar con alguien? Mujer busca a mujer. [Me abren un privado...](#)
[www.podcastdirectory.com/podshows/1284863](#) - [En caché](#) - [Similares](#)

??nete a nuestro chat y conversemos de Podcast
 Esta es la Transcripción de la primera conversación sobre Podcast Hoy Jueves 18 de Mayo llevamos a cabo nuestro primer chat sobre Podcast, y te ofrecemos la ...
[www.atinachile.cl/node/12213](#) - [En caché](#) - [Similares](#)



Fuente: www.google.com

Segunda aclaración, cabe añadir que Foro Byte parecía perfilarse como uno más de los espacios definidos para este análisis de contenido, sobretodo por su inherencia con Byte Podcast, producto seleccionado para el análisis descriptivo.

Al llevar a cabo una primera revisión de este espacio de interacción fue notable que tanto los temas propuestos como las participaciones de los usuarios no remitían expresamente a la producción de *podcast*, sino más bien imprimían – nuevamente- énfasis en solución de problemas de acceso a estos productos.

En este sentido, Foro Byte fue sustituido por Foro Podcastellano. Desde el planteamiento de esta investigación, la web de Podcastellano se perfiló como un espacio para la consulta de información sobre este tema, no obstante dicha web fue deshabilitada por un tiempo, lo cual definió ubicar nuevos sitios de consulta. Hoy día, la página de Podcastellano regresa a Internet con información actualizada y, por supuesto, con los históricos del contenido anteriormente deshabilitado.

La selección del Foro Podcastellano responde a que este apartado del sitio cuenta con una clara subdivisión en cuanto al tipo de participación de los usuarios: foro para los oyentes de *podcast* y foro para los que hacen *podcast*.

Imagen No. 23
Subdivisiones de participación de los usuarios de Foro Podcastellano

Foro	Tópicos	Publicaciones	Última publicación
Oyentes Para los que escuchan podcasts			
General oyentes de podcasts Temas generales para oyentes de podcasts que no tienen cabida en otros foros.	15	30	hace 1 año 10 semanas por Anonimo (no verificado)
Programas para recibir podcasts Todo lo relacionado con las aplicaciones para descargar, recibir y escuchar podcasts	7	16	hace 44 semanas 1 día por rmartinezv
Podcasters Para los que hacen podcasting			
Anuncia tu podcast Dile al mundo que hay un nuevo podcast y anuncia ese episodio que no debes perderte.	39	46	hace 6 horas 3 mins por liobalam (no verificado)
Como hacer podcasts Dudas y consultas sobre todo lo que tenga que ver con las aplicaciones idóneas para crear, grabar, editar y montar podcasts.	50	107	hace 3 semanas 19 horas por pabloto

Fuente: <http://podcastellano.es/foros>

Esta clara diferenciación en cuanto al tipo de participaciones fue el principal motivo de la selección de este foro para el análisis de contenido subsiguiente.

Antes, se definió brevemente lo que es el Análisis de Contenido, ya que esta técnica será la empleada para extraer de los foros virtuales o chats, algunas generalizaciones en cuanto a la producción de *podcasting*. Blanton, Moorman y Try (Gairin y Muñoz, 2006, p.9) hicieron una propuesta para organizar las formas de comunicación en ambientes virtuales, diferenciando entre situaciones convergentes y divergentes, dependiendo de las interpretaciones de los usuarios. A partir de este trabajo, Shotsberger (Gairin y Muñoz, 2006, p. 9) aplicó diferentes categorías para el análisis de diálogos asincrónicos a través de chats. Las consideradas eran: afirmación, creencias, preocupaciones, práctica, deseo, intención, pregunta y resultado.

A partir de los estudios arriba señalados es posible establecer, a través de un análisis de contenido, el desarrollo de un sistema para estudiar la construcción de conocimiento en el desarrollo de *podcasting*, identificando cinco fases en el proceso de evolución de un debate *on line*, mismas que se retoman y reestablecen en cuatro

categorías principales para este análisis y a partir de ellas se establecen los indicadores a ubicar dentro de las discusiones de los foros sobre *podcasting*:

Tabla No. 8
Unidades de Análisis y Categorías para llevar a cabo el Análisis de Contenido de los Foros Virtuales

CATEGORIA	DESCRIPCION DE LA CATEGORIA	INDICADOR
1. Compartir y comparar información	Corresponden a las intervenciones orientadas a incentivar la participación y el intercambio de información, así como también aquellas que entregan información respecto a elementos útiles que pueden servir, a los participantes, en la producción de <i>podcast</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Declaraciones de observación y opinión. b. Acuerdo con uno o más participantes. c. Clarificación mediante formulación de preguntas y respuestas. d. Definición, descripción e identificación de un problema.
2. Clarificación de términos	Son las participaciones que tienen como fin principal el esclarecer diversa terminología en la producción de <i>podcast</i> , ya sea a partir de la definición de un concepto hasta el esclarecimiento del mismo por medio de la experiencia personal de los usuarios del foro.	<ul style="list-style-type: none"> a. Explicación del significado de los términos. b. Contrastar frente a la experiencia personal.
3. Aportar conocimientos y experiencia para identificar y/o ubicar el problema	Intervenciones que comparten observaciones, preocupaciones y sugerencias, con la intención de recabar información, a nivel individual o colectivo, para mejorar o modificar diversos aspectos de la producción de <i>podcast</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Contrastar frente a los esquemas cognitivos existentes (experiencias y conocimiento previo).
4. Acuerdo y aplicación de nueva construcción	Intervenciones orientadas a presentar elementos de discusión, reunir contribuciones de los participantes (para coleccionar afirmaciones y relacionarlas con los contenidos del foro), ampliar visiones y proveer nuevos tópicos, estimular nuevas ideas de discusión, introducir nuevos temas y, además la sugerencia de aproximaciones alternativas, en torno a la producción de <i>podcast</i> .	<ul style="list-style-type: none"> a. Resumen de acuerdos. b. Aplicación de nuevo conocimiento. c. Declaraciones metacognitivas que indican cambios de comprensión entre los participantes.

Cabe agregar que el establecimiento de estas categorías respondió a la facilidad de obtención de ejemplos que permitieran analizar cada una de ellas y ver cómo se presentan en la participación de los usuarios de los foros. Las categorías al considerar como unidad de análisis cada intervención en su conjunto no son excluyentes, existiendo casos en que las intervenciones responden a más de una categoría a la vez. En estos casos se optó por asignar sólo una categoría específica a la participación en donde primara la existencia de una sobre las demás.

El establecimiento de categorías de análisis y subcategorías forma parte de esta técnica de investigación. Este proceso es fundamental para establecer el sistema de codificación, mismo que posibilitará la interpretación del contenido. Al elaborar este Análisis de Contenido se pretende identificar, en algunos de los participantes de los foros, como creadores de *podcast*, es decir *podcasters*.

Finalmente, es preciso establecer una diferencia muy clara entre ambos foros virtuales. En lo que respecta a Foro Podcastellano, el tipo de conversaciones que es llevada a cabo responde a un sistema asincrónico de comunicación, en donde las participaciones se suben al foro sin importar la fecha en que es llevada a cabo la interacción y, en Atina Chile: Charla Podcast, se trató de un foro virtual que se llevó a cabo de forma sincrónica, es decir se convocó a esta charla en un día y horario específico, se ahondará en este detalle conforme se lleve a cabo el análisis correspondiente a cada foro.

3.2.1. ATINA CHILE: CHARLA PODCAST

El portal de Atina Chile se configura como una web de participación ciudadana ubicada justamente en la región chilena. Nace en marzo de 2004 y su objetivo principal es la configuración de redes sociales orientadas a incentivar la intervención crítica respecto a temas tales como la educación, las artes, la política, la cultura, la tecnología, entre otros temas. Dichas participaciones no sólo se hallan vinculadas a las contribuciones de las personalidades de los diversos entornos señalados, sino que la mayor fuente de información provista a este sitio se encuentra otorgada por la participación ciudadana, ya sea vía la publicación de artículos o a través de sus participaciones en los diversos espacios de interacción que proporciona la web de Atina.

"Atina Chile nació alrededor de preocupaciones básicas, explica Jorge Domínguez, director del proyecto y, como tal, fundador de los periódicos ciudadanos. "Observamos que la nuestra es una sociedad fragmentada, producto de *cada uno pa' su santo*. Vivimos entre un neoliberalismo práctico y un estatismo excesivo. Por otra parte, somos una especie de isla. La revolución técnica implica profundos cambios en la educación, la política, la economía y la sociedad. Atina Chile se autoproponer ser un gran educador del país en esas áreas" (Pisani, 2007).

Asimismo, Atina “cuenta con 38.000 miembros y con 11 sitios. Junto con la Fundación Mercator, de la cual Domínguez también es presidente, ponen en marcha proyectos como la *iluminación* WiFi de Salamanca (Chile), la alfabetización digital, los *blogs* para *pymes*, o el uso de la Wikipedia en las escuelas” (Pisani, 2007).

Atina Chile, además de proporcionar a sus usuarios variedad de artículos, también se encuentra enriquecida a través de otras herramientas tales como foros de discusión, *podcast*, TVAtina, etc.

En este sentido, y retomando lo relativo a esta investigación, la ubicación de Atina Chile: Charla Podcast –como ya se ha mencionado- se configuró a partir de la búsqueda de foros sobre producción de *podcast* o foros de *podcasters*.

Asimismo, se han de señalar un par de peculiaridades inherentes a este foro de discusión en particular. En primer lugar, Atina Chile: Charla Podcast no es un espacio permanente dentro de la web de Atina, sino que se apertura en mayo de 2006 con el fin de otorgar un espacio para el tratamiento del tema de la producción de *podcasting*, por tanto, actualmente el foro es inexistente. Sin embargo, la posibilidad de consulta del mismo aún es posible de ahí la obtención de dicha charla.

En segundo lugar, es importante distinguir el tipo de interacción que se llevó a cabo en esta conversación, ya que de ello dependió el tipo de participaciones que se realizaron en el foro, así como también la cantidad de las mismas.

En este sentido, la comunicación sincrónica se perfiló como el tipo de comunicación que se empleó en este foro. “La comunicación sincrónica permite que la colaboración se realice en tiempo real y utiliza habitualmente el chat y la videoconferencia. Estos tipos de colaboración crean un entorno interactivo que puede ser muy motivante. El *feedback* es inmediato y establece contactos que pueden conducir a relaciones de aprendizaje muy eficaces.

“En las actividades sincrónicas todos los participantes tienen acceso a la misma información al mismo tiempo, pueden compartir una experiencia común y reaccionar inmediatamente a la información que otros presentan o comentan” (Valverde, 2003). De esta manera, definir que los participantes de Atina Chile: Charla

Podcast fueron convocados un día a una hora determinada con el objetivo de compartir comentarios, experiencia y formular cuestionamientos en torno a la producción de Podcasting, se configura como una comunicación sincrónica.

3.2.1.1. EL ANÁLISIS DE ATINA CHILE

Atina Chile: Charla Podcast contó con dos espacios para la comunicación sobre este tema. El primero de ellos se desarrolló el jueves 18 de mayo de 2006 y, el segundo el viernes 19 de mayo del mismo año, con un tiempo de conversación de una hora cada uno.

Debido a la cantidad de participaciones que manifiesta cada chat, fue preciso elegir sólo una de las conversaciones, además de que la segunda charla no tiene expresamente continuidad con la primera. Así la elección del foro fue el del día jueves 18 de mayo de 2006 (ver anexo 2). Sin más preámbulo, a continuación se dará pie al análisis de dicho foro.

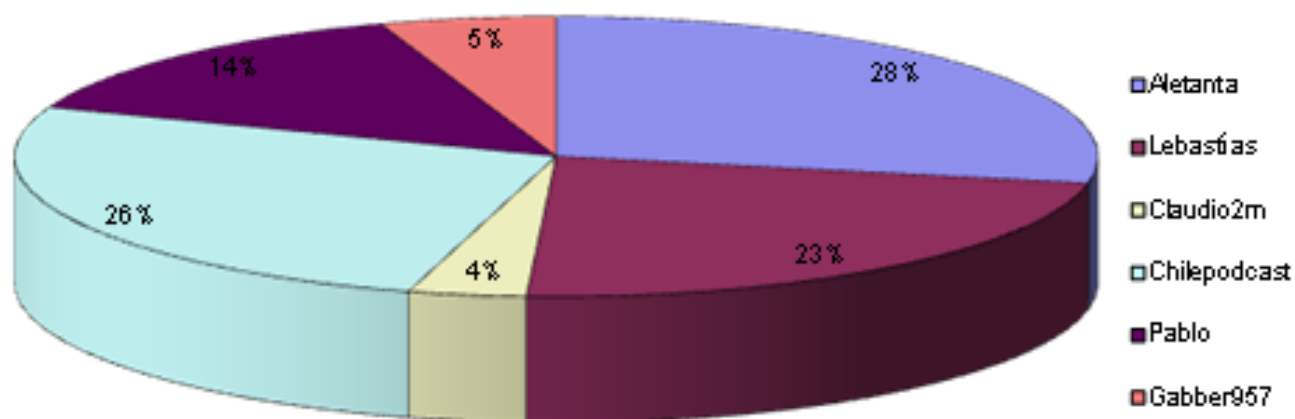
Tabla No. 9

**Distribución de participaciones de los usuarios de Atina Chile: Charla Podcast Parte 1
Jueves 18 de mayo de 2006**

Usuario	Participaciones
Aletanta	16
Lebastías	13
Claudio2m	2
Chilepodcast	15
Pablo	8
Gabber	3
<i>Total de Participaciones</i>	<i>57</i>

La tabla anterior refiere la cantidad de intervenciones por cada participante dentro de Atina Chile: Charla Podcast Parte1, lo que permite ubicar tanto la totalidad de las intervenciones a lo largo del foro, así como quiénes y cuántas veces participaron en el mismo.

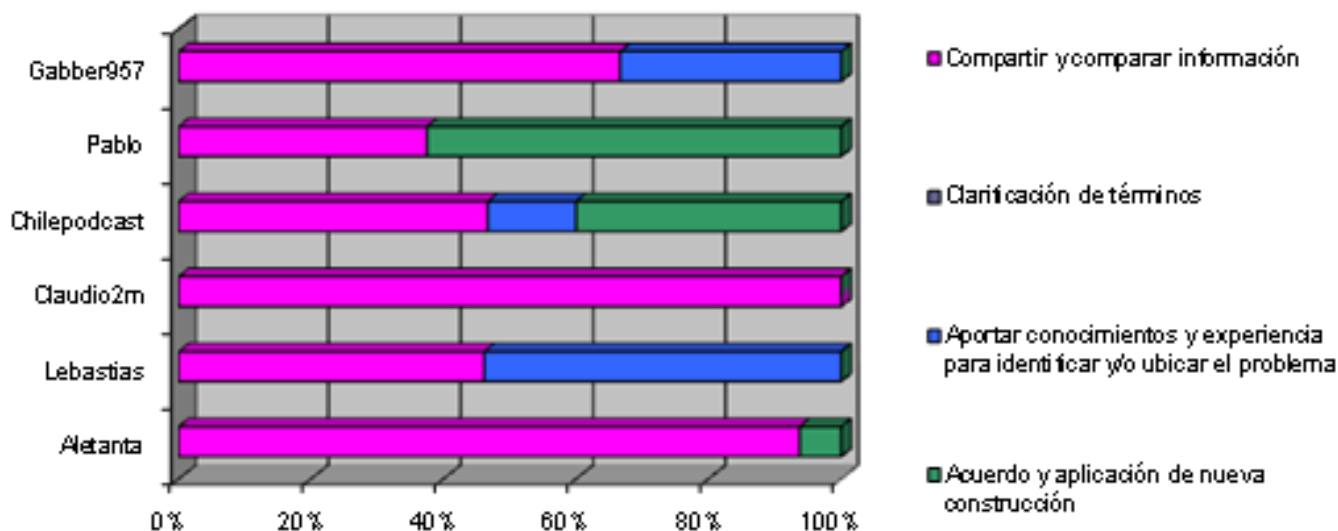
Gráfico 1 : Porcentual de las Intervenciones de los Participantes de Atina Chile: Charla Podcast Parte 1



La definición cuantitativa de las intervenciones de los participantes del foro permite observar los índices de interacción que cada participante estableció durante el chat. De esta manera, es posible observar en el gráfico superior la cantidad, en forma porcentual, de las mismas participaciones manifiestas en la Tabla 1.

Por otro lado, es importante señalar que al llevar a cabo el conteo de intervenciones por categoría de análisis y ubicar quiénes y en qué porcentaje perfilaron sus participaciones, se pudo ubicar que no todos los usuarios integran en sus enunciaci3nes todas la categorías de análisis (ver gráfico 2), por tanto en el subsiguiente examen que muestra ejemplos de intervenciones de acuerdo con las categorías establecidas, no figuran todos los participantes.

Gráfico 2: Porcentual de los Participantes de Atina Chile Charla Podcast Parte 1, por categoría de análisis



A continuación se dará pie al análisis de las intervenciones que tienen correspondencia con las categorías definidas en este estudio:

a) Compartir y Comparar Información

Esta categoría ocupó un 61% de las participaciones totales de Atina Chile Charla Podcast Parte 1, lo que manifiesta que la mayoría de los usuarios configuraron sus intervenciones a partir de señalamientos tales como intercambiar información, planteamiento de problemas a partir de preguntas y la resolución de las mismas, entre otras cualidades manifiestas en el cuadro de categorías.

En seguida, se mostraran ejemplos de intervenciones que llevaron a cabo los usuarios de este foro.

claudio2m: *en ke formato grabas o es conveniente grabar...?*

lebastias: *Depende del Sistema Operativo, en el caso de Windows, es conveniente grabar en WAV porque ese es el formato nativo. Eso garantiza que no hay pérdida de fidelidad. Sin embargo el estándar para podcasts es MP3, así que la versión final que subes al web, debiera ser un MP3. Te respondí?*

La intervención realizada por **claudio2m**, se plantea como una clarificación mediante el bosquejo de una pregunta –elemento clave para insertar dicha participación dentro de la categoría-. Dicha interrogante motiva el intercambio de información (“*en ke formato grabas...*”), así como también la comparación de la misma a partir de “*...o es conveniente grabar...?*”.

Asimismo, el planteamiento realizado por **claudio2m**, define una cualidad importante en la producción de *podcast*, mismo que se ha delimitado en el Análisis Descriptivo de esta investigación: el formato, ya que de la selección adecuada del mismo, la distribución en Internet será más sencilla debido a que la calidad del audio que puede ofrecer el formato tiene que encontrarse ligada a la posibilidad de comprimirlo, con el fin de hacerlo accesible a los podescuchas. Además, la definición del formato de audio debe configurarse a partir de un perfil de compatibilidad tanto en plataforma *Windows* como en *Macintosh*, los dos duopolios en tecnología computacional, ya que en ambos se puede instalar uno de los reproductores de audio y video más usados en el mundo, llamado *iTunes*.

Sucesivamente a esta intervención, se encuentra la participación de **lebastias**, la cual da respuesta a **claudio2m**, de ahí que también sea considerada dentro de esta categoría de análisis.

En su intervención, **lebastias**, apunta claramente las características del formato de grabación para un *podcast*, además de que hace la aclaración pertinente respecto al sistema operativo en el puede usarse dicho formato. Por tanto, la intervención de **lebastias** se configura como claro intercambio de información que provee, a otros participantes del foro, datos útiles en torno a la producción de *podcast*.

Un ejemplo más está proporcionado por la intervención de **Aletanta**.

Alelanta: *pero por ejemplo si es solo voz...a que velocidad mínima sugieres una grabación de calidad?*

Esta participación proporciona tanto definición como identificación de un problema relacionado con la producción de *podcast*, empleando un enunciado

interrogativo que tiene por objetivo recabar información que le permita al usuario realizar archivos sonoros de mejor calidad, principalmente atendiendo a que si la banda sonora de cualquier producto audiovisual apela al uso de voz, música y efectos (ruidos). Por tanto, atender a qué elementos se han de integrar dentro de la realización de un *podcast* es fundamental porque de ello dependerá no sólo una buena mezcla de la banda sonora, sino que también el peso del archivo y, con ello, la velocidad de grabación a emplear, para que esta integración de elementos sea auditivamente clara para el *podescucha*.

Así, **Aletanta** al sumar al foro el concepto de velocidad de grabación suministra al resto de los participantes la posibilidad de acceder a información -y compartir a través de la experiencia de los demás- relacionada con características primordiales para la realización de *podcast* y, con ello demuestra conocimiento respecto a la consideración de necesidades propias de la creación de estos archivos.

Ante esta interrogante el usuario **chilepodcast** señala:

chilepodcast: *actualmente estoy usando 64 kbps, pero esto significa que mi cuota se completa más rápido.*

Dicha intervención es sucesiva a la manifestada por el participante denominado como **Aletanta**. Por tanto, **chilepodcast** responde al cuestionamiento anterior y marca una pauta de comparación de información, nuevamente, relacionada con el término de la velocidad de grabación que requiere un *podcast* que únicamente empleará la voz como elemento base de su banda sonora.

De este modo, **chilepodcast** provee al foro una participación que entrega información útil para la concepción de estos productos, de ahí su consideración para ser insertada dentro de esta categoría de análisis.

Las siguientes dos intervenciones que se tomaron en cuenta para ser consideradas dentro de esta categoría, realmente no suministran información ligada a la producción de *podcast*, sin embargo cumplen con el criterio de identificación de comparar y compartir información. Veámoslas a continuación:

Pablo: *esta claro, chilepodcast*

gabber957: *¿dónde puedo consultar ese post?*

Ambas participaciones se ubican en distintos momentos de la charla. En lo concerniente a la intervención de **Pablo**, simplemente señala acuerdo ante otra enunciación realizada por otro usuario. Aquí, vale la pena destacar que **Pablo** asiente a favor de la sugerencia realizada previamente por **chilepodcast** respecto a la velocidad de grabación requerida para la producción de *podcast* (Ver transcripción de Atina Chile Charla Podcast Parte1), y dentro de los indicadores que posibilitan la ubicación de dicha categoría es posible ubicar al acuerdo con uno o más participantes como una definición de compartir o intercambiar información.

Respecto a la enunciación realizada por el usuario **gabber957**, nuevamente es notable la presencia de una interrogante a fin de extraer información, sin embargo, al ubicar tal intervención en el contexto de la charla total, la consulta que realiza el usuario parte del interés de ubicar un post relacionado con el tema de *Podcast* y educación escrito en el blog de **chilepodcast**. Por tanto, no abastece contenido relacionado directamente con la producción de *podcast*.

Con la observación anterior, es notable que no todos los participantes de esta charla contribuyeron expresamente con información relacionada con la producción y/o realización de *podcast*, sino que la charla tomó diversos matices, desde la ubicación de elementos que apoyaran el ejercicio de creación de los *podcasters*, como la identificación de otros temas que inciden con el fenómeno general del *podcast*.

b) Clarificación de Términos

En particular con Atina Chile Charla Podcast Parte 1, esta categoría no fue ubicada dentro de las participaciones. Sin embargo, su consideración era importante ya que a partir del piloteo de las categorías de análisis se ubicaron otros espacios de interacción en donde si es posible hallarla. No obstante, estos espacios no fueron considerados –como ya se había mencionado anteriormente- debido a que el foro no

trataba expresamente el tema de la producción de *podcast*, o porque al momento de la consulta la página que contenía el foro se encontraba deshabilitada.

Por tanto, a partir de esta observación es posible interpelar a la idea de que los participantes de este foro en particular, ya cuentan con un *background* sólido respecto a los conocimientos básicos que configuran a un *podcast* -mismos que pueden observarse en el análisis descriptivo realizado con anterioridad-. Expresado lo anterior, se concluye que los usuarios de este foro principalmente acudieron a él con el fin de obtener más información respecto al ejercicio de creación de *podcast* y otros temas que inciden en el mismo fenómeno.

c) Aportar Conocimientos y Experiencia para Identificar y/o Ubicar un Problema

Esta categoría se entiende como aquellas intervenciones que comparten observaciones, preocupaciones y sugerencias, con la intención de recabar información, a nivel individual o colectivo, para mejorar o modificar diversos aspectos de la producción de *podcast*.

A diferencia de la categoría de Compartir y Comparar Información, Aportar Conocimientos... se halla porcentualmente abajo, con un 18% de existencia dentro las intervenciones acotadas por los usuarios.

En seguida, se mostrarán algunas participaciones que cumplen con este criterio de análisis.

Lebastias: *Me gustaría agregar que justamente ese es uno de los motivos por los cuales actualmente empleo dos SW, ya que uso para la etapa WAV y otro para generar el MP3, aunque el audacity también permite lo mismo una de sus desventajas es que el render (la generación del Mp3) es muy lenta. ¿Otra pregunta?*

Aquí, **Lebastias** deja claras muchas características que permiten ubicar la enunciación en esta categoría de análisis, debido a que su intervención refiere directamente a su experiencia como creador de *Podcast*. Dicha referencia es notable a partir de la frase "...actualmente empleo...".

Asimismo, definir que dicha participación corresponde a esta categoría, también responde al hecho de que expone la forma de cómo generar un archivo *Podcast*, mismo que pasa –de acuerdo a la participación de **Lebastias**- por dos fases: primero por formato WAV y luego a MP3, éste último conocido como el estándar de los archivos *podcast*.

chilepodcast: *Ahora, si quieres que escuchen con buena calidad y si tiene dinero para pagar por un podcast hosting de gran capacidad no hay problema.*

A partir de su intervención, **chilepodcast** se integra al diálogo relacionado con la velocidad de grabación de *podcast*, lo que en términos de producción incide – como ya se había mencionado- en la calidad sonora del mismo, por lo que es posible notar y, por tanto, aportar al foro una posibilidad de conseguir “colgar” un *podcast* con buena calidad sonora.

Asimismo, cabe agregar que el concepto de *podcast hosting*, al que refiere **chilepodcast** es un “servicio que ofrecen algunas compañías (los *webhost*) en Internet que consiste en ceder un espacio en sus servidores para subir (alojar, hostear) un sitio web para que pueda ser accedido en todo momento de forma online” (Alegsa, 1998-2010). En este caso el *podcast hosting* sería un servidor que permite a los *podcasters* subir sus programas, a fin de que estos estén disponibles, para otros podescuchas, en la red. Comúnmente este servicio tiene un costo para el *podcaster* y de acuerdo al precio es la cantidad de espacio otorgado al usuario. También existen otros host que ofrecen el servicio en forma gratuita, sin embargo, el espacio de alojamiento en mínimo en proporción de aquellos que cobran por el servicio.

En este sentido, ubicar en esta categoría la participación proporcionada por **chilepodcast** responde a que esta enunciación manifiesta una sugerencia, evidentemente relacionada con la producción de *podcast*, y principalmente con el tópico de velocidad de grabación y suma una pequeña referencia en cuanto al alojamiento de los mismos.

gabber957: *como eslpod.com. Existen muy buenos recursos para el aprendizaje de idiomas: ugoeigo.com, toeflpod.com*

La participación anterior, evidencia una aportación relacionada con la sugerencia de recursos para el aprendizaje de idiomas a partir del uso de *podcast*. Aunque es notable que la aportación no se halla relacionada con el criterio de producción de *podcast*, es interesante observar como aquellos quienes tienen contacto con el mundo de la *podcastfera* realmente se vinculan estrechamente con productos sonoros de esta índole, es decir, que su interés no sólo se halla relacionado con la realización de *podcast*, sino que también como *podescuchas* ubican otros productos con el fin de informarse de otros temas. Lo que denota un interés generalizado de aproximación al entorno *podcast* a través de dos vías: como *podescucha* y como *podcaster*.

d) Acuerdo y Aplicación de Nueva Construcción

Esta categoría de análisis se define por las intervenciones orientadas a presentar elementos de discusión, reunir contribuciones de los participantes (para coleccionar afirmaciones y relacionarlas con los contenidos del foro), ampliar visiones y proveer nuevos tópicos, estimular nuevas ideas de discusión, introducir nuevos temas y, además la sugerencia de aproximaciones alternativas, en torno a la producción de *Podcast*.

En la Charla Podcast de Atina Chile, esta categoría se ubicó con un 21% del total de participaciones que recoge el foro, lo que la posiciona como el segundo lugar después de Compartir y Comparar Información que fue la categoría con mayor presencia.

A continuación, se analizarán algunas intervenciones que coinciden con la definición de la categoría.

Alalanta: *en las preguntas frecuentes sobre podcast, chilepodcast sugiere como sitios gratuitos donde subir podcat podrían ser www.castpost.com, www.podomatic.com. Los ha usado alguien de aquí?*

La intervención manifiesta por **Alalanta**, sugiere un nuevo tema en torno a la realización de *podcast*: el alojamiento. Otro de los elementos a considerar en la producción, ya que el *podcast* no tendría razón de existir si no tuviera el espacio adecuado para que *podescuchas* remotos puedan acceder a él. Asimismo, el

planteamiento atina a una doble función, por un lado mencionar algunas webs que posibilitan el host de *Podcast* a partir de una consulta previa al web de *chilepodcast* (se puede consultar en <http://www.chilepodcast.cl/>) y, por otro lado, estimula el diálogo a partir de una interrogante que bien puede apelar al intercambio de información.

Por tanto, la enunciación realizada por **Aletanta** se ubica en esta categoría debido a que colecciona afirmaciones y las relaciona con el contenido general del foro.

chilepodcast: *Lo mismo ocurre con la fotografía digital y los fotologs. Foto grande 4 o 5 megapíxeles es un archivo grande.*

Por otro lado, tenemos una aportación proporcionada por **chilepodcast**, mismo que apoya su explicación –relacionada con la velocidad de grabación, temática en la que abunda el usuario señalado- , a partir de un ejemplo ajeno a la producción de *podcast*, que sin embargo funciona para ilustrar lo que ocurre al momento de seleccionar una determinada velocidad de grabación para estos archivos sonoros.

En este sentido, **chilepodcast** demuestra su aplicación de nueva construcción a partir de una declaración metacognitiva, es decir, que tiene conciencia del funcionamiento de las velocidades de grabación de *podcast* y, con el fin de que sean apropiadas por el resto de los usuarios del foro, apela a un ejemplo que presenta cualidades similares tanto para alojarlo como para subirlo a un web y que ello no complique la posibilidad de acceso para quien desee obtenerlo.

Pablo: *creo que ha sido enriquecedor el diálogo en cuanto a lo técnico. Me gustaría dejarles un par de ideas de contenido, y con vista al futuro...*

Pablo: *gracias. 1. la primera idea: creo que si vamos a tomar PODCAST como tema, esta charla debería ser con sonido en lugar de texto. Me gustaría ofrecerles la posibilidad de hacer una próxima en un aula Marratech o sala de reunión si prefieren esa denominación. Mas informes luego sobre Marratech.*

Finalmente, **Pablo**, proporciona un par de intervenciones –mismas que tuvieron que considerarse en conjunto a fin de observar la presencia de la categoría

en pleno- que apelan a un pequeño resumen de acuerdos y aproximaciones alternativas en torno al tema tratado dentro del foro.

Así, es notable que a partir de la primera intervención, el usuario considere viable entrever algunos otros elementos relacionados con el *podcast*, que trascienden al mero cotejo tecnológico que implica la producción de los mismos. De esta manera, la segunda intervención arroja una alternativa futura para el tratamiento de esos tópicos, como el empleo de espacios de interacción que se fundamenten el intercambio a partir del uso del sonido y con ello señala algunos ejemplos.

Aunque es notable que la contribución de **Pablo** no manifieste inherencia con el tema de la realización de *podcast*, es rescatable su aportación dentro del foro, ya que provee alternativas para el tratamiento del tema y, por tanto, configura la ampliación de nuevas visiones en el empleo del sonido para hablar sobre temas y sobretodo, de los productos que basan su existencia en el sonido.

3.2.2. PODCASTELLANO

Podcastellano es un blog creado en el año 2005 por José A. Gelado, uno de los mayores precursores del *podcasting* en España. Este proyecto “nace con el objetivo difundir los *podcasts* en español mediante las noticias, los foros y la documentación sobre el tema” (Gelado, 2005b).

Básicamente Podcastellano se configura como una plataforma abierta a la colaboración de cualquiera que desee participar en él. Asimismo, Podcastellano se vincula a la web de “Podcast-es.org que lo potenciará al compartir recursos y dotarlo de nuevas formas de contar y difundir que es eso del *podcast* y contarlo en español y que se sepa que ya hay una comunidad muy activa” (Gelado, 2005b).

Dentro de las secciones que tiene Podcastellano se pueden ubicar las siguientes:

- Noticias.
- Directorio de Podcast

- Recursos (bibliografía, tutoriales, datos)
- Wikis
- Chat y Foros

Podcastellano, ofrece a sus usuarios la posibilidad de participar activamente en la construcción del blog, para ello sólo es necesario registrarse y se puede publicar lo que se desee, siempre y cuando pertenezca al mundo de la *podcastfera*.

En lo concerniente a esta investigación, la selección de Podcastellano, como ya se había mencionado con anterioridad, apela al criterio de ubicación de *podcasters*, con el fin de alcanzar uno de los objetivos que definen la investigación: Describir y analizar la reconceptualización del proceso comunicativo y sus actores, a partir de la producción de *podcast*.

Por otro lado, es preciso anotar una característica que diferencia el Foro de Podcastellano con Atina Chile: Charla Podcast: el tipo de comunicación. Como se comentaba en el análisis de Atina Chile, el tipo de comunicación que caracterizó al foro fue el de sincrónica, ya que la modalidad de la interacción se gestó en un tiempo y espacio determinados por un moderador.

En el caso de foros que posee Podcastellano, el tipo de interacción es asincrónica, es decir, que no requiere la intervención simultánea de los participantes, lo que manifiesta grandes ventajas, tales como las de permitir la elasticidad de elección del contenido a exponer, tiempos igualmente flexibles para responder, poniendo la disponibilidad de emisores y receptores en una situación incierta, en donde no se sabe en qué momento se obtendrá respuesta.

3.2.2.1. EL ANÁLISIS DE PODCASTELLANO

Podcastellano abre ampliamente su espacio e integra gran cantidad de temas a sus discusiones, mismas que se hallan organizadas en las siguientes divisiones:

- ❖ Oyentes: Para los que escuchan Podcast.
- ❖ Podcasters: Para quienes hacen Podcast.

- ❖ Comunidad: Foros sobre temas específicos del proyecto Podcastellano.

En este sentido, la elección fue sencilla, partiendo de lo manifestado como uno de los objetivos de la investigación (reconceptualización de roles a partir de la producción de *podcast*), el foro seleccionado fue el relativo a los *podcasters*, ya que el sustantivo refiere aquellos quienes producen *podcast*.

Asimismo, dentro de este espacio para *podcasters* existen cinco grandes temas:

- a) Anuncia tu Podcast
- b) Como Hacer Podcast
- c) General Podcasters
- d) Música
- e) Problemas y fallos

Al revisar el contenido de los foros se indagó que el más idóneo para el análisis era el denominado a Cómo Hacer Podcast, ya que integra tópicos relacionados con la producción de *podcast* y las diversas intervenciones hacen manifiesto el uso del *podcast* y el interés de insertarse en la producción de los mismos.

Establecido a que foro se orientaría el análisis, hubo que realizar una nueva sistematización, ya el foro Cómo Hacer Podcast contenía 50 tópicos planteados con un total de 107 publicaciones, es decir 107 intervenciones.

Los tópicos, de acuerdo a la organización de este foro, se consignan dependiendo la necesidad de información que el usuario requiera, por ello los nombres que recibe cada tópico están en función de lo que manifiesta cada intervención primera, ya que ésta es la que apertura la interacción en el espacio.

Debido a que la cantidad de información concentrada en el foro es muy extensa, la delimitación que se llevó a cabo para especificar qué tópicos serían analizados en esta investigación respondió a las siguientes características:

- Que el tópico se hallara en el Foro Como Hacer Podcast, ya que el análisis de contenido de los foros tiene por objetivo ubicar a sujetos que no necesariamente hallan tenido contacto con la producción de otros contenidos sonoros y encuentren en estos espacios la posibilidad de obtener información que les permita diseñar sus propios *podcast*.
- En segundo lugar, identificar que por lo menos existieran 5 participaciones con el fin de ubicar, en el proceso de intercambio de información, las categorías de análisis definidas; ya que del total de los 50 temas de discusión esbozados, 20 de ellos no obtuvieron ninguna respuesta. El resto oscila desde 1 intervención, hasta un sólo tópico que cuenta con 8 intervenciones en total.
- Finalmente, del criterio anterior el universo se redujo a 3 tópicos, de los cuales se considerarán 20 intervenciones, proporcionadas de la siguiente manera:

Tabla No. 10
Identificación de tópicos en el foro Cómo hacer Podcast de Podcastellano

FORO: CÓMO HACER PODCAST	
Tema de Discusión (Tópico)	Respuestas
No se cómo hacer el RSS ³	5
Grabación Simple MP3 ⁴	7
Codificación de Podcast ⁵	8

Todos los tópicos asentados en la tabla 10 tienen relación directa con la producción de *podcast*.

³ Ver anexo 3.

⁴ Ver anexo 4.

⁵ Ver anexo 5.

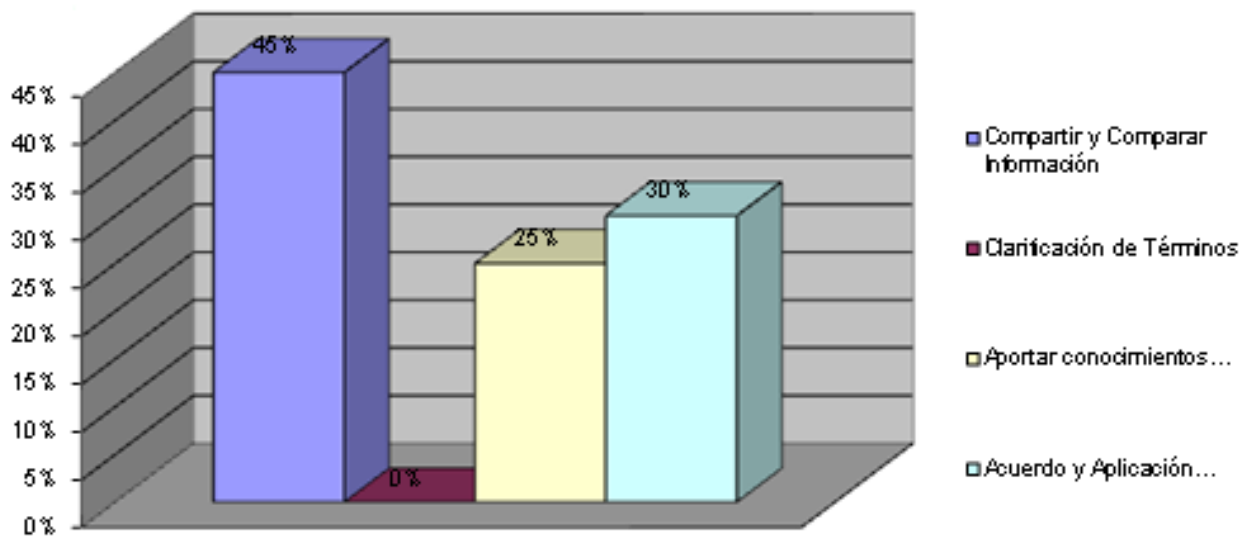
Tabla No. 11
Distribución de participantes en los tópicos del foro Cómo hacer *podcast* de Podcastellano.

FORO CÓMO HACER PODCAST		
Usuario	Tópico	Participaciones
alvaromorala	No se hacer el RSS	1
Jagelado		1
Guateman		3
alvaromorala	Grabado Simple en Mp3	3
Jagelado		2
firomero		2
Pink Panther	Codificación de Podcast	3
cinfil0		1
MorpheoZ		1
Jagelado		1
Escribano		1
fcmart		1
TOTAL DE PARTICIPACIONES		20

Asimismo, en la tabla 3 se consigna la distribución de participaciones que cada usuario tuvo en los tópicos seleccionados en el Foro Cómo Hacer un Podcast de Podcastellano. Dicha tabla nos permite observar quiénes llevaron a cabo la interacción y en qué cantidad y en cuál tópico.

Por otro lado, el siguiente gráfico provee una primera visualización de la cantidad porcentual, en cuanto a su presencia, de las categorías propuestas para el análisis. Es importante tener en cuenta que estos índices responden a la sumatoria del total de las intervenciones identificadas en cada uno de los tres tópicos seleccionados y en el análisis se retomará con fines de comparación.

Gráfico 3. Presencia Porcentual de Todas las Categorías de Análisis en Todos los Tópicos Seleccionados del Foro Cómo Hacer un Podcast



Antes de iniciar con el análisis de las intervenciones que se apeguen a las categorías de estudio establecidas, es importante destacar, al igual que en Atina Chile: Charla Podcast Parte 1, que no todos los usuarios proporcionan participaciones plausibles de insertarse en todas las categorías, en primera por los índices de interacción, ya que como es notable en la tabla 3, algunos usuarios intervienen sólo una vez y, como ya se había mencionado, puede que las enunciaciones se encuentren impregnadas de diversas cualidades de las categorías propuestas, sin embargo, lo que prime en ella será lo que se considere para su catalogación.

En segunda, aunque existen un par de usuarios (Jagelado y alvaromorala) que se integran a más de un espacio, es necesario recordar que cada uno se orienta a tópicos distintos en cuanto a la producción de *podcast*, lo que pone de manifiesto que la(s) categoría(s) en la(s) que pueden enmarcarse sus intervenciones pueden variar o ser constantes, cosa que se averiguará a partir del propio examen.

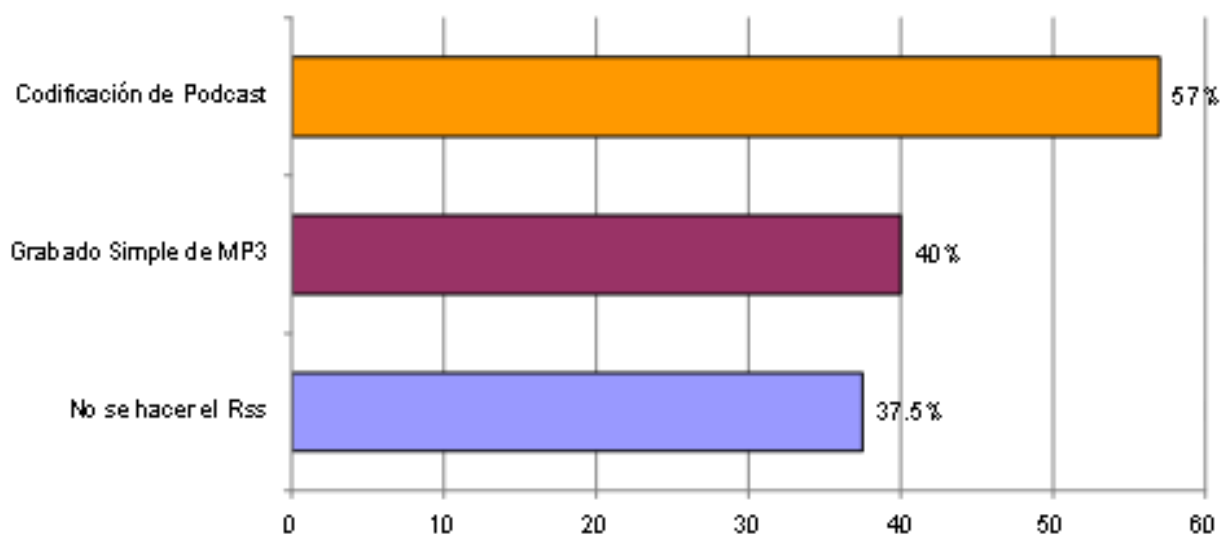
Ahora, se dará paso al correspondiente reconocimiento de las categorías de análisis, a partir de las intervenciones del Foro Cómo Hacer un Podcast de Podcastellano.

a) Compartir y Comparar Información

Dado a que se han considerado tres tópicos (temas de discusión) del Foro Cómo Hacer un Podcast, es preciso señalar la presencia porcentual –considerando un total de 20 intervenciones- que tuvo en su totalidad esta categoría, los respectivos cálculos arrojaron un 45% del total de las participaciones en los tres tópicos seleccionados. Posicionando a esta categoría en el primer lugar en la construcción de enunciaciones expuestas en los espacios.

Asimismo, a continuación se presenta un gráfico que señala los índices porcentuales de la presencia de esta misma categoría pero por cada tópico seleccionado.

Gráfico 4: Presencia de la Categoría Compartir y Comparar Información por Tópico del Foro Cómo Hacer un Podcast



Estos indicadores exponen la gran presencia de esta categoría de análisis dentro de las intervenciones de los usuarios. Ahora es momento de observar algunas de las intervenciones circunscritas en esta definición, con el fin de indagar tal clasificación.

Tópico: No se hacer un RSS

Otra forma

Si te parece complicado puedes probar con esta aplicación:

Podcast This que te permite crear el rss de una forma bastante sencilla.

Esta aplicación la tienes comentada brevemente en folcast. Aunque lo mejor es que la pruebes y luego veas el rss resultante en función de los datos que has metido en el formulario.

*Alvaro Morala
relatame
la Berenjena*

Publicado por alvaromorala el 10 Septiembre, 2006 - 10:52

El usuario identificado como **alvaromorala**, responde ante el planteamiento de cómo elaborar un RSS, que como ya se ha dicho con anterioridad, en el Análisis Descriptivo, el RSS es la configuración que dota de atemporalidad y acceso automático al *podcast*.

La ubicación de esta intervención en la categoría de Compartir y Comparar Información, responde a que **alvaromorala** provee de información útil que puede servir al usuario que planteó su problema, cómo señala el tópico, de agregar RSS al *podcast*. Bajo la misma óptica el usuario **Jagelado**, da una opción más al abridor del tópico, para solucionar su problema. Veamos a continuación dicha participación.

Prueba con un servicio de podcasts

Si no te sale bien a mano, prueba con un programa o servicio que te genere el RSS de forma automática, que ya hay muchos y varios son gratuitos. Es la mejor forma de evitar problemas.

*Saludos,
Jose A.
Comunicando podcast*

Publicado por Jagelado el 15 Septiembre, 2006 - 13:11

Como es notable, ambas intervenciones sugieren elementos útiles para la producción de *podcast*, a partir del intercambio de información relacionada con los recursos necesarios para la realización de estos.

Tópico: Grabador Simple de MP3

De acuerdo con el gráfico x, en este tópico la categoría de Comparar y Compartir Información se presenta en un 40% de las intervenciones, teniendo como referencia que este espacio se compilaron 7 participaciones en total. A continuación se rescatarán los ejemplos correspondientes a dicha categoría.

GRABADOR SIMPLE EN MP3

Ya hace tiempo que comenté que estaba buscando una aplicación de navegador (applet, flash) para grabar voz.

Mi búsqueda ha sido bastante infructuosa ya que no he encontrado nada libre y que vaya bien.

He desistido en ese intento. Pero ahora estoy buscando un editor/grabador MP3 que sea más sencillo que Audacity. Algo que sea fácil de instalar y utilizar. Con pocos botones y poca configuración para no complicar a los usuarios.

¿alguien conoce alguno que me pueda recomendar?

gracias, gracias.

*alvaro
relatame.com*

Publicado por alvaromorala el 20/10/2005 - 16:25

Esta participación tiene la peculiaridad de configurarse como el inicio del tópico, mismo que identifica y plantea el problema de conseguir una aplicación “amigable” para la edición de audio para *podcast*.

Como es notable, el usuario denominado **alvaromorala**, nuevamente hace acto de presencia en el foro Como Hacer un Podcast, pero en este tópico ahora es este usuario quien identifica un problema específico que bien tiene gran relación con la producción de *podcast*, ya que no es posible concebir una producción en el que inciden diversos elementos tecnológicos y no emplear un software que permita al realizador manipular el sonido de acuerdo sus deseos.

Asimismo, la identificación concreta de una interrogante permite establecer la pauta de tipificación de tal intervención, ya que es este enunciado el que da pie al

intercambio de información. Dicho lo anterior, se presentan el siguiente par de aportaciones:

Easypodcast

¿Has probado Easypodcast?

Es que bonito, simple, gratis... No se me ocurre nada mejor que el Audacity je jeje. De todas maneras, si encuentras algo, coméntalo.

www.fjromero.com

Por supuesto, con podcast de serie.

Publicado por fjromero el 21 Octubre, 2005 - 13:08

Podproducer

También está el Podproducer, pero sólo para Windows. Tiene a su favor la posibilidad de montar en vivo, variar niveles "en directo", etc..

Publicado por Jagelado el 21 Octubre, 2005 - 15:39

Las intervenciones realizadas por **fjromero** y **Jagelado**, son sucesivas al planteamiento realizado por **alvaromorala**. Lo que pone de manifiesto que la interrogante que da apertura a este tópico, encuentra diversidad de respuestas que insisten en la entrega de información útil para la realización del *podcast* de **alvaromorala**. De ahí, que estas participaciones, también sean insertas en esta categoría.

Cabe agregar que otro elemento que fortalece la categorización de estas intervenciones, se halla establecido a partir de la pauta de clarificación mediante la formulación de preguntas y, en consecuencia, las respectivas respuestas.

Tópico: Codificación de Podcast

También en este espacio de comunicación la categoría de Compartir y Comparar Información se perfiló en el primer lugar de aparición, con un total del 57%. Aquí, las participaciones vertidas sumaron 8, lo que define que el porcentaje anteriormente indicado refiere la existencia de 3 intervenciones plausibles de insertarse en esta categoría.

A continuación se desglosarán las participaciones con su respectiva justificación:

Muchas gracias Morpheoz

Espero con impaciencia. Creo que los problemas son de dos clases: problemas de grabacion (micros, sitio de grabacion...) y de produccion (programa elegido, metodo de compresion elegido...). La primera clase de problemas creo que solo se arregla con un rodaje largo. La segunda clase de problemas me interesa mas, pues es facil hacerlo bien si se sabe como.

Un abrazo.

[SPAM incluso aquí o no :-)] <http://www.todachina.com/>

Publicado por PinkPanther el 27 Octubre, 2005 - 05:13

Ciertamente, la intervención de **PinkPanther** no tiene una lectura coherente sin el contexto que le precede, mismo que se enunciará en forma breve. El planteamiento general de este tópico, apela a la búsqueda de una buena calidad del sonido al momento de producir *podcast*, de ahí la denominación del tópico: Codificación de Podcast.

En este sentido, la participación de PinkPanther manifiesta una declaración de observación y opinión, bajo el argumento de la identificación de dos elementos que inciden en la realización de *podcast*, mismos que define como grabación y producción.

Cabe señalar que en términos formales de la producción audiovisual la grabación entra en el proceso de producción, lo cual denota en el usuario desconocimiento de los modos que pueden incidir en un proceso de producción audiovisual general y, se indica que pueden porque dependiendo el medio se configuran procedimientos diferentes, normalmente vinculados a las técnicas de realización y los soportes tecnológicos para la misma.

Veamos otra intervención.

Codificacion de Podcasts

Por lo poco que llevo haciendo podcasting, hay dos cosas que nunca fallan:

1. *Micro bueno*

2. *Habitación silenciosa*

Y luego la codificación a tu gusto

Publicado por Escribano el 27 Octubre, 2005 - 19:23

El usuario **Escribano**, a partir de esta intervención, refiere a observaciones basadas en su experiencia como realizador de *Podcast*, misma que puede tomarse como una opinión que ofrece al foro información útil –aunque no se suma profundidad- para llevar a cabo una buena producción.

Aunque la intervención tenga como antecedente la experiencia personal de **Escribano**, su definición dentro de esta categoría tiene como consideración los dos elementos que enuncia como importantes en la grabación de un *Podcast*, es decir, que estos elementos son los que soportan el contenido de la enunciación apelando a la descripción de la categoría.

Acerca de Video

Hola MorpheaZ

Logre encontrar uno de los videos que hiciste (<http://www.morpheoz.com/videotutoriales/audacity1-1.html>) mi interes es en la calidad de Sonido que tienes en el video, no se si sera mucho pedir, pero desearia tambien que hicieras un video explicando los pasos para grabar videos con buena calidad de sonido, Yo tengo el problema de que mis videos me salen con mucho ruido y eso es muy molesto al momento de reproducirlo.

Saludos Fredy

Publicado por fcmart el 9 Noviembre, 2005 - 21:16

Finalmente, en cuanto a la participación de **fcmart** (Fredy), atiende al intercambio de información a partir de incentivar el intercambio de datos, también relacionados con la el tema principal del foro, la codificación de *podcasts*.

Cabe añadir esta intervención sugiere el intercambio a partir de una solicitud, a otro usuario, de subir un video con información relaciona con *podcast* en video, los cuales son una de las modalidades que presentan estos productos, pero es notable

el énfasis acotado en lo concerniente al sonido. Dicho lo anterior, es posible catalogar la participación de **fcmart** dentro de la categoría de compartir y comparar información.

Hasta aquí, se ha llevado a cabo un recuento de algunas de las intervenciones perfiladas en la primera categoría de este análisis de contenido, mismas que se sitúan en los tres tópicos seleccionados del Foro de Podcastellano. Ahora es momento de dar pie a la segunda categoría.

b) Clarificación de Términos

Igualmente que en la Charla Podcast de Atina Chile, la presencia de esta categoría fue inexistente, lo cual no demerita su consideración. Ya que el planteamiento del análisis de contenido perfila en la indagación de sujetos que tienen interés en integrarse al mundo de la Podcastfera, lo cual también incide en el esclarecimiento de los conceptos o jerga que llega a emplearse en la producción de *podcast*.

Por tanto, la observación de la ausencia de tal categoría arroja información valiosa, es decir, que los usuarios que intervinieron en los tópicos analizados cuentan con información elemental, no sólo en torno a aspectos relacionados con la producción de *podcast*, sino también en cuanto a conceptos afines al mundo de la Podcastfera en general.

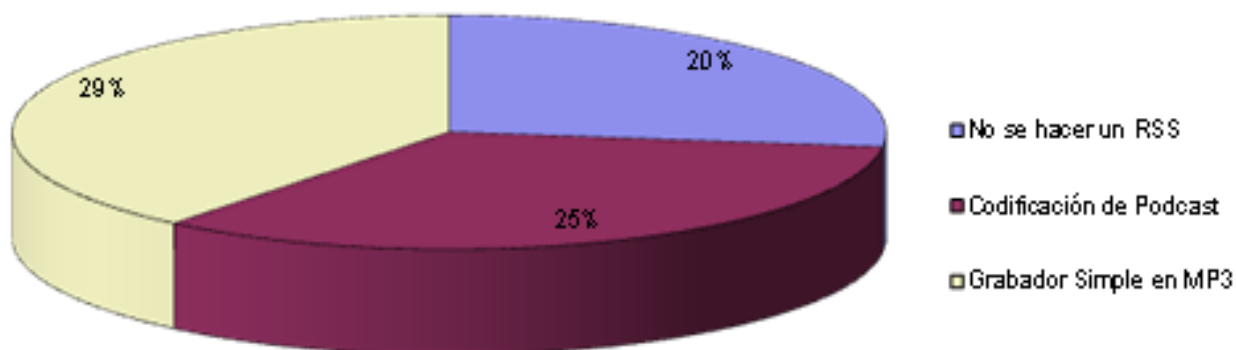
c) Aportar Conocimientos y Experiencia para Identificar y/o Ubicar el Problema

Ahora toca el turno a esta tercera categoría de análisis, misma que tiene por objetivo identificar las intervenciones con tendencia hacia la recolección de observaciones, a nivel individual o colectivo, con el fin de aportar elementos útiles en la configuración de *podcast*.

Asimismo, esta categoría cuenta con una presencia de 25% en los tres tópicos seleccionados, lo que la posiciona en el tercer lugar, de las cuatro categorías de análisis definidas para esta investigación.

A continuación se mostrará la gráfica que referencia porcentualmente la presencia de la categoría por cada tópico analizado.

Gráfico 5 :Presencia Porcentual de la Categoría Aportar Conocimientos... por Tópico del Foro Cómo Hacer un Podcast



Tópico: No se hacer un RSS

En este foro, la categoría de aportar conocimientos y experiencia... definió su existencia en un 20% del total de las intervenciones. Por otro lado, es preciso señalar que el total de las participaciones de este foro suman cinco, por tanto la definición del 20% está dado a partir e la existencia de una sola participación relacionada con esta categoría. Veámosla a continuación:

Hola amigos: se que hay explicado en el tutorial eso del rss, pero para ser sincero eso de los códigos no se me da.

Ya tengo todo listo para publicar mi podcast, el mp3, el servidor, ya se como hacer el IDtags, pero eso el RSS no lo chacho. Según dice mi amigo Batiz, solo hay que hacer copy-paste de un podcast existente, ¿donde aparece ese formulario?

OK según entiendo hay que modificar ese formulario, ¿qué modificaciones le hago?

Una vez que ya tenga modificado ese formulario ¿en donde lo pego?

perdón mi ignorancia, pero simplemente no entiendo.

Gracias por su ayuda y por dar a conocer este genial mundo del podcasting.

Publicado por Guateman el 10/09/2006 - 02:23

La participación realizada por el usuario **Guateman**, es la que da inicio y nombre al espacio de comunicación. Asimismo, manifiesta un nivel de conocimiento de la producción de *podcast*, mismo que se nota a partir del planteamiento del problema por resolver: ha realizado un *podcast* pero no logra insertar en el archivo la codificación RSS, con el fin de que el producto cuente con la cualidad de sindicación –característica importante que define a un *podcast*–.

Dicho lo anterior, se evidencia claramente la identificación de un problema a partir de la propia práctica de producción de *podcast*. En este sentido, la configuración de la intervención tiende hacia la recolección de información a nivel individual, con el fin de dar solución a la dificultad planteada y que da pie a la participación de otros usuarios. Por tanto, a partir de los elementos que configuran la intervención es posible identificarla dentro de esta categoría de estudio.

Tópico: Grabador Simple en MP3

En este segundo tópico seleccionado del Foro Podcastellano, la presencia de esta categoría corresponde a un 29%, ubicándola en el segundo sitio después de la de compartir y comparar información. Asimismo, es pertinente señalar que la cantidad total de intervenciones manifiestas en este espacio de comunicación suman un total de siete, lo que nos lleva a un total de dos intervenciones, realizadas por los usuarios **alvaromorala** y **Jagelado**, que se identifican en esta categoría de análisis. Démosles un vistazo:

Muy interesante lo de PodProducer. Gracias a los dos por vuestras respuestas.

*Aunque lo que busco es algo tan sencillo que cualquier usuario, sin ningún conocimiento, pueda instalarlo y utilizarlo en 5 minutos.
Que no tenga muchos botones para que no se lien y desesperen.*

... y es que no sabéis lo complicado que es conseguir que un usuario medio de internet se atreva a grabar su voz. La cuestión es no complicárselo mucho.

Ya os contaré si encuentro algo...

*Alvaro Morala
<http://www.relatame.com/>*

Publicado por alvaromorala el 21 Octubre, 2005 - 16:37

Al revisar esta intervención, es notable identificar de primer momento que la misma fue realizada por quien apertura el foro de discusión, es decir, por el usuario **alvaromolara** (ver anexo 4), por tanto esta identificación permite ubicar –aunque sea un poco- contextualmente la referencia manifiesta en esta participación, misma que atiende primeramente a un agradecimiento por la información proporcionada por otros usuarios y, segundo y la referencia más importante, la reflexión orientada a solicitar información todavía más sencilla de la que fue provisto por otro par de usuarios.

Por tanto, este último elemento denota cierto nivel de experiencia con otras aplicaciones para la generación de archivos MP3, otra de las características del *podcast*, y a través del espacio provisto por Foro Podcastellano, se evidencia la existencia de una preocupación ante la producción de *podcast* llevada a cabo por el usuario **alvaromorala**. De este modo, es pertinente ubicar esta intervención de esta categoría.

Como ya se había mencionado, en este tópico, es posible identificar una segunda intervención que apela a algunas de las cualidades referidas por la categoría de estudio señalada. Revisemos la intervención:

Tu búsqueda ha sido muy fructífera, ya que has encontrado otros buenos (o al menos prometedores, a falta de probarlos) programas para animar a más gente a hacer podcasts.

Si sigues prefiriendo algo en página web, creo que lo que estabas buscando está aquí:

Odeo ya permite grabar podcasts en la página web

*Saludos,
Jose A.
Comunicando podcast*

Publicado por Jagelado el 25 Octubre, 2005 - 17:12

La información provista por esta intervención realizada por el usuario **Jagelado**, puede definirse como sugerencia que suma información al planteamiento

que apertura el foro, ya que **Jagelado** sugiere al usuario **alvaromorala** una opción más para la codificación de *podcast* a partir de una aplicación web.

Así, remitirse a la definición de esta categoría de análisis (ver cuadro de categorías) es lo que permite identificar esta intervención con estas características.

Tópico: Codificación de Podcast

Nuevamente, se ha llegado al tercer tópico seleccionado de Foro Podcastellano, pero ahora toca el turno de identificar esta tercera categoría de análisis: aportar conocimientos y experiencia para identificar y/o ubicar un problema. Esta categoría tuvo una presencia porcentual del 25%, poniéndola en segundo lugar con respecto a las otras tres categorías definidas.

Asimismo, en este foro denominado como Codificación de Podcast, fue posible evidenciar un total de ocho intervenciones en el desarrollo del mismo, lo que determina la existencia de dos participaciones que integran el 25% señalado anteriormente.

A continuación se revisarán dichas intervenciones y se definirá el por qué de su denominación en la categoría:

Hola:

A ver si me podéis ayudar. Yo creo que Comunicando y VidaTech suenan muy bien. Yo no soy capaz de hacer que los míos suenen la mitad de bien, o sea que creo que se debe a la conversión a MP3. Estaría bien que diésemos un rango de opciones utilizadas. La opción más simple, la que uso yo por el momento: grabar en audacity y luego codificar a mp3 64k. Usando la librería lame.

Que hacéis vosotros? Como lo haceis en Comunicando o Vida Tech? Morpheoz en su ultimo podcast hablaba de usar la libreria MP3Pro, pero como se puede usar con Audacity?

Publicado por PinkPanther el 25/10/2005 - 05:54

El usuario denominado **Pink Panther**, a partir de esta participación es como apertura el foro de Codificación de Podcast. Básicamente el planteamiento realizado responde a la identificación del problema de la calidad del sonido que puede tener

un *podcast*, llevando un comparativo tanto en el uso de aplicaciones para realizarlo, como con otros *podcast* que tienen mejor calidad que los del mismo usuario, todo ello a partir de la experiencia en realización de *podcast* de **Pink Panther**.

Las anteriores observaciones que se extrajeron de la intervención atinan a la definición de la misma dentro de esta categoría de análisis, es decir, que **Pink Panther** plantea un problema que se puede presentar en la producción de *podcast* (calidad del sonido), teniendo como objetivo principal el de recabar información para mejorar este aspecto de la realización. De ahí la consideración de dicha participación en esta categoría.

Por otro lado, el usuario **Jagelado** aporta información a este tópico y provee la siguiente intervención;

A me parece que Toda China suena bien y por cierto me ha gustado mucho la idea y el contenido del podcast, sobre todo la música y el curso. Sonaría mejor a 128 pero sería el doble de tamaño. Una opción para tener ambas cosas que hemos hecho en Comunicando es comprimir a 128 y en Archive.org hacen la conversión a 64 que es la que distribuimos en el feed RSS y a OGG.

El Audacity y el Lame creo que pueden dar buen sonido. Casi todo el meollo está en el micro y como bien dice Morpheoz, influye mucho el lugar de grabación. También es importante la posición frente al micro, en función de tipo de micro que tengas, usar un quitavientos (esa espuma que se pone en los micros) o algo que quite los golpes de voz al micro y no acercarse demasiado. Se pueden grabar dos voces con un micro si consigues que se oigan las dos voces más o menos niveladas.

Saludos,
Jose A.
Comunicando podcast

Publicado por Jagelado el 27 Octubre, 2005 - 11:20

Jagelado, proporciona al usuario **Pink Panther** diversas alternativas para mejorar la calidad del sonido que se busca. Asimismo, señala qué aspectos emplea para la codificación de su propio *podcast* (Comunicando Podcast), lo que evidencia contraste entre los esquemas cognitivos preexistentes en la realización de estos productos, ofreciendo a **Pink Panther** una alternativa para mejorar la calidad del sonido de su *podcast*. Dicho lo anterior, es posible ubicar esta intervención dentro de

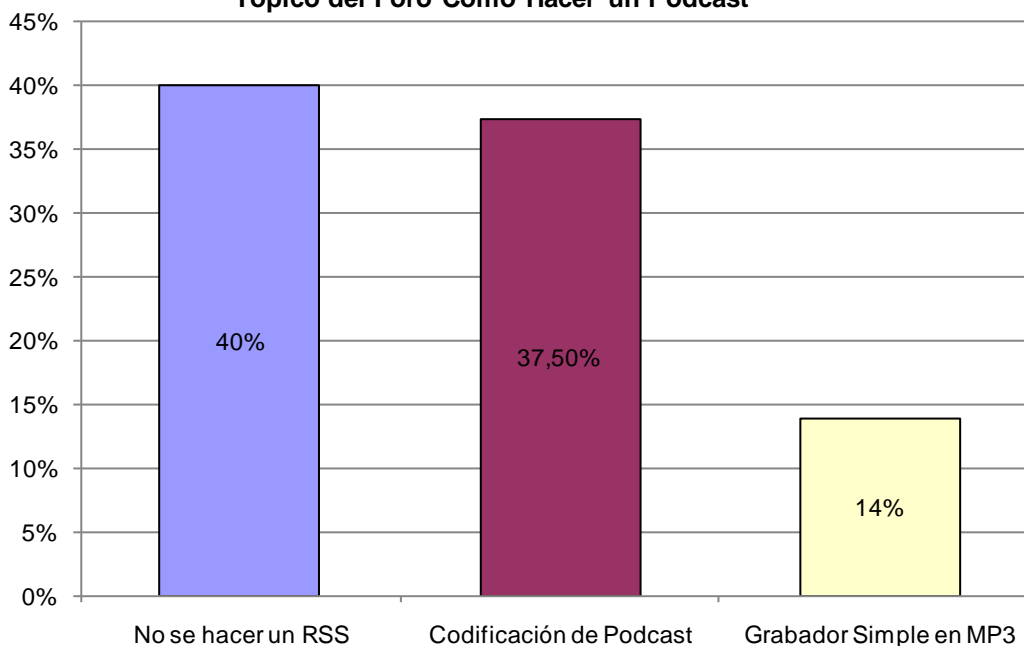
esta categoría, porque –como ya se mencionado- suministra información valiosa para mejorar la producción de cualquier *podcast*.

d) Acuerdo y Aplicación de Nueva Construcción

Es momento de dar pie al análisis referente a la última categoría de este análisis de contenido. Dicha categoría tiene objetivo identificar las intervenciones orientadas a presentar elementos de discusión, reunir contribuciones de los participantes (para coleccionar afirmaciones y relacionarlas con los contenidos del foro), ampliar visiones y proveer nuevos tópicos, estimular nuevas ideas de discusión, introducir nuevos temas y, además la sugerencia de aproximaciones alternativas, en torno a la producción de *podcast*, como bien se ha señalado en el cuadro de categorías.

Asimismo, es importante acotar que la presencia de esta categoría en los tres tópicos seleccionados de Foro Podcastellano tiene una presencia porcentual correspondiente al 30%, haciendo un total de seis intervenciones con las características definidas para tal categoría. Por otro lado, la gráfica que se muestra a continuación provee la referencia porcentual de la presencia de esta categoría en cada uno de los tópicos analizados.

Gráfico 6: Presencia Porcentual de la Categoría Acuerdo y Aplicación... por Tópico del Foro Cómo Hacer un Podcast



A continuación se analizarán las participaciones de cada uno de los tópicos elegidos.

Tópico: No se Hacer un RSS

Al igual que la primera categoría de análisis (compartir y comparar información), es cuarta categoría tiene una presencia del 40%. Al tener un total de cinco intervenciones a lo largo de todo este tópico, es fácil inferir que dos ellas son las que se identifican con esta categoría.

Asimismo, es importante aclarar que sólo se analizará una de esas dos intervenciones, ya que ambas son realizadas por el mismo usuario: **Guateman**. Veámosla a continuación:

*Gracias Jorge y Alvaro por su comentarios pero lamento decirles que uso una mac, y este paquete es para windows ¿qué opciones tengo en el sistema operativo de la manzana?
gracias*

Publicado por Guateman el 22 Septiembre, 2006 - 04:12

Es muy sencilla la identificación de esta intervención dentro de esta cuarta y última categoría de análisis, ya que **Guateman** simplemente plantea una interrogante en el foro, misma que puede entenderse como la introducción a un nuevo tema de discusión, que si bien se revisa con atención todo el foro (ver anexo 3), el usuario continúa con el mismo tema de discusión, pero le da un gran giro con la inclusión de un elemento tecnológico determinante para el uso de diversidad de aplicaciones: si se cuenta con una PC (sistema operativo Windows) o con una Mac (sistema operativo Mac).

Es bien sabido por muchos, que hoy día pareciera que ya no existe esta diferencia en la inserción de diversas aplicaciones entre una y otra computadora. Sin embargo, si se lleva a cabo una pequeña exploración por diversos buscadores de “programas gratis” todavía existen algunos que sólo son aplicables a Mac y otros a Windows, pero cada día esta distancia se acorta más y la posibilidad de que ambos sistemas empleen el “mismo software” está a nada de apuntarse.

Dicho lo anterior, la intervención referida por el usuario **Guateman**, estimula la discusión hacia una nueva aproximación en la producción de *podcast*, es decir, los *podcast* diseñados en Mac.

En lo que respecta a esta categoría de análisis ubicada en este tópico de Foro Podcastellano –como ya se dijo- sólo se considerará esta intervención.

Tópico: Grabador Simple en MP3

En el caso de este tópico la presencia porcentual de esta última categoría de análisis fue identificada con un 14%, posicionándose en el tercer lugar de este espacio de comunicación. Este porcentaje se encuentra caracterizado por la presencia de una intervención, teniendo en consideración que el total de participaciones emitidas fue de un total de siete.

De esta manera, a continuación se describirá la intervención y el por qué de su tipificación en esta categoría de análisis:

Creo que, precisamente, ese es el gran problema del podcasting. Una bitácora es fácil: sólo pon el nombre de usuario y la contraseña y escribe; en el podcast aún no hemos llegado a esto, pero todo llegará, os lo dice Rappel :->

www.fjromero.com

Por supuesto, con podcast de serie.

Publicado por fjromero el 21 Octubre, 2005 - 20:24

El usuario **fjromero**, lleva a cabo una breve reflexión en torno a la complejidad que puede tener el realizar un *podcast*, haciendo un pequeño comparativo con la elaboración de un *blog*, concluyendo que con el desarrollo de la propia tecnología en el futuro será más fácil producir *podcast*.

En este sentido, la intervención lanzada por **fjromero** puede insertarse en esta categoría de análisis, debido a que el párrafo se perfila como un nuevo estímulo para la participación dentro del foro, es decir, esta contribución provee un

cambio de comprensión de los elementos que configuran la producción de *podcast*. De ahí, la consideración de esta intervención dentro de esta categoría de análisis.

Como se señaló anteriormente, en este tópico sólo se proporciona una sola intervención plausible de considerarse en esta categoría, por tanto es momento de dar pie al tercer y último tópico seleccionado de Foro Podcastellano.

Tópico: Codificación de Podcast

A diferencia de los otros dos tópicos ya revisados, este último cuenta con mayor cantidad de intervenciones relacionadas con esta categoría de análisis, por lo que es posible identificar que el 37.5% de las mismas constituyen un total de tres participaciones ubicadas en esta categoría. Tal porcentaje se obtuvo a partir de la identificación de ocho participaciones que constituyen el total de las emitidas en el tópico.

En este caso, si se analizarán las tres intervenciones ubicadas, ya que cada una de ellas es realizada por un usuario diferente.

Existen otros podcast con muchísima mas calidad (opinión subjetiva) que los que has nombrado por ejemplo CodexCast o eMigrando aunque tal vez tengas que hacer muchos podcast para cojer la medida a la codificación.

64kb es la mejor opcion para musica y voz es lo que siempre se ha recomendado por los problemas de espacio y ancho de banda.

Creo que aparte de sonar bien lo importante es el contenido.

Publicado por cinefil0 el 25 Octubre, 2005 - 18:38

El usuario **cinefil0** agrega un referente importante en la configuración de *podcast*, que no necesariamente apela a criterios de tipo tecnológico para la codificación de un *podcast*, tema considerado para la apertura del foro, es decir el contenido del mismo. Con esta consideración realizada por cinefil0, es posible identificar un par de elementos considerados en la definición de esta categoría de análisis: ampliar visiones y proveer nuevos tópicos.

Primero, porque señala otros *podcast* que a consideración del usuario que la indica, tienen mejor calidad de sonido que las que enuncia el abridor del foro (Pink Panther) y, segundo, porque agrega un elemento que al leer todas las intervenciones del foro, no es considerado por ningún otro usuario y, por tanto, ahí es en donde puede aperturarse otra discusión con el fin de no sólo considerar elementos de orden tecnológico en la generación de *podcasting*, sino también de orden temático (de qué voy a hablar en el *podcast*).

En este sentido, el usuario **cinefilo** lleva a cabo una nueva construcción a partir del primer planteamiento que da inicio a este tópico de discusión.

La parte del sonido es bastante extensa de tratar, y de momento no tengo el tiempo para escribirlo todo... así que, ¿que te parece si hacemos algo?

Voy a dedicar el programa de Vida Tech! de hoy a hablar de esto, y voy a grabar un vídeo tutorial de el proceso de grabación del programa. Creo que sería más gráfico y "explicativo" de esa forma.

La referencia a MP3pro que hicimos en la ultima edición de Vida Tech, es mayormente enfocada a la calidad del sonido a bajos niveles de bitrate (64kbs o menos) y nivel de compresión, es decir, un archivo codificado con mp3pro a 48kbs - dependiendo de la producción- tendrá el mismo sonido que un archivo codificado a 64kbs con Lame.

Pero la codificación no mejora de ninguna forma el audio si este por ejemplo presenta niveles de saturación, pops, clicks, noise, hiss... etc.

Todas esas cosas deben tratar de eliminarse durante la post-producción del audio, a través de noise reduction, click/pops reduction, Normalize, aplicación de un compresor para evitar la distorsión provocada por elevación de los niveles, equalizacion, etc.

Otros factores que afectan tu audio casi permanentemente son: Grabar el podcast en un espacio demasiado amplio y sin nada en las paredes, grabarlo en un espacio muy pequeño también, en ambos casos por la pura acústica. Ventiladores, Aire acondicionado, Abanicos y de hecho los mismos fans de tu PC. Tarjeta de sonido, micrófono... ETC.

Como veras... hay muchas cosas que deben tomarse en cuenta a la hora de hablar de audio, pero... con unos cuantos procedimientos sencillos, podemos mejorar notablemente el sonido de nuestro audio independientemente de lo antes mencionado... De eso, hablare hoy en el podcast.

y luego publico aquí un link para el vídeo tutorial.

Publicado por MorpheoZ el 25 Octubre, 2005 - 22:07

La intervención realizada por el usuario **MorpheoZ**, expone gran experiencia en la realización de *podcast* proveyendo a los usuarios del foro de discusión información relevante en torno a las consideraciones acústicas que deben tenerse en cuenta al momento de la grabación de un archivo *podcast*. Por tanto, es notable que la contribución que realiza en este foro, tiende a la ampliación de la visión de la producción de *podcastig*, además de sumar aproximaciones alternativas que los *podcasters* deben tomar en cuenta al momento de realizar sus programas.

Ahora, se revisará la tercera y última intervención correspondiente a esta categoría de análisis:

Muchas gracias por las respuestas, pero creo que necesitamos meternos en el meollo técnico más a fondo, intentando separar los problemas de grabación de los de producción. Creo que los consejos de Jose y Escribano acerca de grabación son muy buenos e intentaré aprovecharlos. Un buen ejemplo es el esfuerzo titánico de Morpheoz con su vídeo y últimos podcasts. Y da respuesta a mi pregunta, pues dice que no se puede usar la librería Mp3pro con Audacity, tal y como yo sospechaba.

Muchas gracias Jose, no creo que Toda china sea tan bueno. Se agradecen mucho las alabanzas. Sigo pensando que si Comunicando suena 9, toda china suena 5. Eso sin meternos en contenidos.

Un problema que me ha surgido en el último podcast (meollo técnico puro). Me bajé la última versión de LAME 3.98, que parece codificar a una frecuencia de 24khz a 64 Kbits's. Eso ocasiono que algunos oyentes se quejaron de que el podcast sonaba acelerado. La version de LAME 3.93, sin embargo, codifica a 22.05Khz y con esa frecuencia no hay problema. O sea que es un aspecto a tener en cuenta (otro más).

<http://www.todachina.com/>

Publicado por PinkPanther el 29 Octubre, 2005 - 07:21

Pink Panther manifiesta en su participación lo que la categoría de análisis califica como un resumen de acuerdos, mismo se encuentra caracterizado en el primer párrafo en donde lleva a cabo una breve síntesis de las intervenciones

enunciadas por los usuarios **José, Escribano** y comenta en torno a la aportación de **MorpheoZ**.

Asimismo, hacia el tercer y último párrafo de la intervención de **Pink Panther**, es posible apreciar un nuevo planteamiento en torno al mismo problema esbozado a lo largo del foro de discusión, aspecto que configura al total de la enunciación del usuario como una contribución a estimular una nueva idea de discusión en el espacio de comunicación, elemento que se suma a la descripción de la propia categoría de análisis.

3.2.2.2. LAS CLAVES DE LOS FOROS EN LA CONFIGURACIÓN DE LOS USUARIOS-CREADORES DE PODCAST

Se enunciaba con anterioridad que los foros de discusión seleccionados para este análisis de contenido tienen el objetivo de identificar a los usuarios-creadores de *podcast*, y para este fin se crearon cuatro categorías de análisis para extraer, en términos generales, algunas cualidades relacionadas con la producción de *podcast* que condujeran a la investigación hacia la ubicación de sujetos que tuvieran relación con esta práctica y, así configurar la idea de transición de *podescuchas* (usuarios) a *podcaster* (creadores).

En este sentido, es pertinente retomar un breve planteamiento elaborado por Germán Llorca Abad descrito en el texto denominado como *Comunicación Interpersonal y Comunicación de Masas en Internet: Emisor y Receptor en el Entorno Virtual* (2005), mismo que dice:

¿Qué papel desempeñan el emisor y el receptor en el entorno virtual?: posiblemente sean, de entre los elementos previos, los que más cambien. En este entorno adquieren unas características singulares. Por un lado, emisor y receptor se ubican en un mismo nivel: en teoría (sólo en teoría) ninguno tiene el control desde el que parte el discurso. Por otro lado, las relaciones en el intercambio comunicativo superan las definiciones de interpersonal y masivo” (Llorca, 2005, p. 23).

Reflexión que retoma la idea global planteada en toda la investigación, insistiendo en que a partir de la configuración de nuevos y diversos espacios para la

comunicación a través de Internet (como es el caso del *podcast*) que rompen con la definición de medio de comunicación masivo, es posible hallar a la entidad denominada como *prosumer* (usuario-creador).

El proceso comunicativo que se estableció en los espacios de comunicación seleccionados para este análisis de contenido, permitió un primer intercambio de roles entre emisores y receptores, cualidad primaria que poseen los foros de discusión, ya que permiten transformar el rol de emisor para convertirse en receptor de las aportaciones de los usuarios y estos, a su vez, transforman su función de receptores y se convierten en emisores activos. Por tanto, se estaría hablando de un acto de comunicación donde emisores y receptores pasarían a ser considerados EMIRECS en un proceso de comunicación horizontal y dialógico de intercambio de roles. En efecto, desde este planteamiento podríamos afirmar que existe un diálogo con la comunidad usuaria tanto de Atina Chile: Charla Podcast como de Foro Podcastellano.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que el objeto de estudio principal de esta investigación no son los foros de discusión en sí mismos, sino los *podcast*, ya que los primeros sólo se configuraron como la vía para la identificación de la posible resemantización de roles comunicativos a partir de la producción de *podcast*. Pero no hay que perder de vista que es a partir de esta primera aproximación en donde los usuarios (*podescuchas*) pueden indagar respecto a diversos temas relacionados con la creación de estos productos sonoros, de ahí la consideración del párrafo anterior.

En este sentido, las categorías de estudio descritas para desarrollar la investigación arrojaron las siguientes consideraciones:

a) Compartir y Comparar Información

Prácticamente en esta categoría fue posible evidenciar en las intervenciones de ambos foros que los usuarios ya poseían un grado deseable de aproximación a los *podcast*, es decir, ya tenían conocimientos importantes relacionados con elementos básicos para la realización de los mismos, sobretodo desde el punto de vista de diversas aplicaciones plausibles de integrarse en el desarrollo de estos productos.

Por tanto, el compartir y comparar información básicamente consistió en recabar información que complementara o cotejara la preexistente. Asimismo, cabe destacar que los enunciados interrogativos considerados dentro de esta categoría, también manifiestan conocimiento previo de las necesidades de diseño de un *podcast*.

Tales observaciones evidencian la consideración en cuanto al acceso y uso de *podcast* (muy relacionados estos conocimientos con la disponibilidad de infraestructura técnica). En este sentido, el contexto que nos aportan estas intervenciones es información relevante sobre las inquietudes de los usuarios y la consideración de estas inquietudes a la hora de elaborar los mensajes que posteriormente serán emitidos a partir del diseño de un *podcast*; quizá para obtener esta información sería necesario acceder al proceso de producción propio de cada uno de los usuarios que forman parte de cada foro, sin embargo, este último elemento podría perfilarse para el desarrollo de otra investigación. Mientras, es posible extraer algunas consideraciones respecto al criterio que nos ocupa.

b) Clarificación de Términos

En lo que respecta a este elemento, resultó muy interesante descubrir que no estuvo presente en ninguno de los foros de discusión seleccionados para este análisis, ya que como se mencionó anteriormente el conocimiento que poseían los usuarios, al momento de acceder a estos espacios de comunicación, ya se posicionaba –por lo menos- en un nivel básico, en donde conceptos tales como RSS, sindicación, nombres de aplicaciones para desarrollo de *podcast*, entre otros, formaban parte su background, posibilitando fluidez en las comunicaciones entabladas entre los mismos.

Por tanto, este aspecto denota que quienes se acercan –o se acercaron como es el caso de Atina Chile: Charl Podcast- a estos espacios de interacción, previamente configuraron esquemas en torno a la producción de *podcast*, es decir, saben qué es un *podcast*, escuchan *podcast* (elemento que se considerará en otra categoría), han intentado o están en proceso de realización de un *podcast* y ahora buscan información alternativa para consolidar los propios.

c) Aportar conocimientos y experiencia para identificar y/o ubicar el problema

Resulta interesante, desde la perspectiva del proceso de interacción llevado a cabo en los foros de discusión, que nuevamente es posible ubicar un intercambio de roles desde un planteamiento esencialmente EMIREC. Sin embargo, a través del análisis del contenido de las intervenciones, es posible deducir que la práctica interactiva llevada a cabo en el foro puede traducirse en términos de *prosumer*, es decir, las intervenciones ubicadas dentro de esta categoría de análisis proveen gran riqueza informativa respecto a las prácticas, en cuanto a la producción de *podcast* que realizan los usuarios de los foros, por tanto una clara identificación de la entidad *prosumer*.

Sugerencias, observaciones y propuestas para el diseño y creación de *podcast* son constantes en las participaciones y, sobretodo, que todas ellas apelan a la práctica que los mismos usuarios han experimentado y con ello promueven mejoras y/o modificaciones en la producción de *podcast* de otros usuarios del foro. Por tanto, las participaciones insertas en esta categoría permiten una aproximación al entendimiento de la perspectiva activa del sujeto que se incorpora a los espacios de comunicación en Internet y en este caso a los *podcast*.

Cabe aclarar, que en lo que respecta a Atina Chile: Charla Podcast, la intervención del usuario gabber 957 no perfila del todo como un aporte contundente en la producción de *podcast*, sin embargo provee la identificación de la idea de transición de *podescucha* a *podcaster*, mismo que está manifiesto en el análisis de contenido del foro (ver p.113).

d) Acuerdo y Aplicación de Nueva Construcción

A través de esta categoría se pudo observar que la función de los foros ya no es únicamente la transmisión de información simple, que en algunas ocasiones se configura como una emisión vaga sin proveer, al resto de los usuarios, elementos para la reflexión o reconceptualización en torno a la producción de *podcast*.

De esta manera, las intervenciones identificadas en este rubro tuvieron como principal cometido recoger las experiencias de los destinatarios, seleccionarlas,

ordenarlas y organizarlas y, así estructurarlas y devolvérselas, de tal modo que pudieran hacerlas conscientes, analizarlas y reflexionarlas para configurar realmente procesos de interacción significativos.

Así, la denominación del acuerdo y aplicación de nueva construcción permitió identificar sujetos no sólo como receptores potenciales del contenido de los mensajes, sino individuos que al mismo tiempo fueran capaces de problematizar y reformular los mensajes recogidos en el foro, y a partir de este proceso tratar de aproximar la idea de que quienes se adhieren a esta clase de espacios de comunicación, primero, tienen interés de insertarse en la denominada *podcastfera* (la esfera del *podcasting*) y, segundo, a partir de herramientas configuradas en el espacio de las TIC convertirse en co-autores de la variedad de mensajes que provee Internet, en forma de *podcast*.

En este sentido, el análisis de contenido realizado permitió valorar distintos niveles de intercambio de información con el fin de identificar la entidad *prosumer* en la producción de *podcast*, como ya se había mencionado este concepto no es gratuito, a partir de las observaciones realizadas en los foros de discusión es posible hallar que los usuarios se han ganado a pulso esta denominación, con su participación directa en la construcción de mensajes de todo tipo: escritos, visuales y para el caso del *podcast*, sonoros. Y todo empieza, como también ya se había referenciado, a partir de la configuración de los espacios provistos por la Web 2.0, cuando los chats, blogs, redes sociales y otras herramientas –incluyendo al *podcast*–, se convierten en una tribuna abierta para quienes quieran verter sus mensajes y hacerlo.

En este mismo tenor, Dan Gillmor (Nosotros, El Medio, 2003, p. VI) asegura que la coalición entre tecnología y periodismo afecta profundamente a la naturaleza y comportamiento de tres actores fundamentales: los periodistas, los hacedores de noticias y las audiencias, estos elementos traducidos a la *podcastfera* bien podrían ser entendidos como los productores de contenidos sonoros en medios generalistas (radio), los realizadores de estos contenidos y las audiencias, por tanto la afectación de la tecnología no se reduce al mundo del periodismo, sino que se amplía al mundo de los medios de comunicación masiva, debido a que Internet y la diversidad de

herramientas que proporciona a sus usuarios, redefine la audiencia de masas y el paradigma de transmisión “uno-muchos”, mismo que poco a poco ha entrado en crisis .

Así, un verdadero ejército de amateurs ha encabezado un movimiento, generando no sólo una nueva cultura basada en el intercambio de información, sino que también algunos se han apropiado de las tecnologías necesarias para que tal cosa sea posible, aspecto que se ve reflejado en las interacciones llevadas a cabo en los foros de discusión.

Asimismo, a través de las observaciones extraídas por medio de las categorías establecidas para el análisis de contenido, se halla manifiesto un cambio en las reglas del juego para el desarrollo de espacios de comunicación, en donde ahora las herramientas fincadas en Internet se habilitan como verdaderos espacios de conocimiento, aprendizaje y diseño de los mismos (elemento que también es posible ver en uno de los *podcast* elegidos para el análisis descriptivo: *Podcasting for Dummies*), cuando tradicionalmente, un grupo de personas (productores) producían el contenido que el resto (audiencia) “consumía” en forma de diarios, revistas, programas de radio o TV, etc. Hoy día, a partir del establecimiento de espacios de interacción como los foros de discusión, es posible encontrar una forma relativamente sencilla de tener un espacio propio en la Red, como podría ser el caso de un *podcast* y, así cualquier “consumidor” de contenidos puede a la vez convertirse en “productor” de material que otro puede consumir, dando lugar a que se manifieste como la entidad *prosumer*.

El poder que tradicionalmente descansaba sobre unos pocos medios de comunicación ahora está en manos de periodistas improvisados (los *bloggers*), que van demostrando poco a poco que no es necesario poseer un medio de prensa para hacerse oír. Sus compañeros de aventuras, los *podcasters*, están haciendo lo mismo en el ámbito de las transmisiones de audio, creando shows de calidad y poniéndolos online (Palazzesi, 2007).

CONCLUSIONES

El *podcast* es un fenómeno comunicativo reciente y en esta corto existir, a partir de su base tecnológica, ha venido a cimentar una nueva forma de uso y acceso a contenidos sonoros en Internet. En este sentido, las próximas páginas que se presentan tienen como fin la exposición de las conclusiones recogidas a partir del estudio realizado.

A fin de abordarlas en forma ordenada, se recuperarán tanto la hipótesis general como la secundaria, postuladas en el proyecto de investigación inicial con el objetivo de exponer cuál ha sido su respuesta al someterlas a la investigación que pretende ser esta tesis. Del análisis del objeto de estudio, mediante la labor del análisis descriptivo desarrollado en torno a la interactividad que posee los *podcast*, el análisis de contenido de los foros de discusión y las lecturas específicas, se han obtenido las siguientes observaciones.

- Conclusiones de la hipótesis principal

La producción de podcast puede conllevar a una reconceptualización de los actores en el proceso comunicativo.

Esta primera hipótesis hace referencia a la consideración de que la implementación del *podcast* como vehículo de la comunicación sonora en Internet, hace viable la posibilidad de modificación de los actores en el proceso comunicativo planteado a partir de la teoría de la comunicación de masas, es decir, que con la creación de estos espacios de comunicación en la Red y la interactividad que los constituye, los sujetos interesados en vincularse en la creación de contenidos sonoros ya no se encuentran sujetos a las necesidades de infraestructura que define a la radio, porque las herramientas provistas por la propia Internet proveen a los usuarios de insumos diversos para su realización y su conducente participación.

De acuerdo con la observación realizada en torno a los aspectos de la interactividad sujeto/objeto e interactividad sujeto/sujeto, en los dos *podcast* seleccionados, se desprende que la posibilidad de que los escuchas de estos *podcast*, a través de las herramientas que poseen las páginas de *Byte Podcast* y *Podcasting for Dummies*, realmente no promueven un proceso de co-participación en donde los usuarios, además de tener acceso al contenido generado por los autores originales de los productos, puedan modificar significativamente el contenido de dichas emisiones y así trascender de rol de podescuchas a *podcasters*.

Ciertamente, se pudo observar -al menos en el caso de *Byte Podcast*- que los usuarios tienen acceso a otras vías de comunicación (foros, e-mail, teléfono, etc.) que los dotan de participación, pero estas vías no se relacionan con la generación de mensajes a través de *podcast*. Prácticamente el proceso de participación que los escuchas del *podcast* tienen se encuentra relacionado con subir comentarios en torno al episodio escuchado, enviar mails al autor del *podcast* –pero sin garantía de ser respondidos- o a través del teléfono dejar mensajes grabados, igualmente, en torno a aspectos generales del *podcast* o de cualquier otra cosa que así determine el podescucha.

Los aspectos arriba señalados corresponden al tipo de interactividad sujeto/sujeto identificadas a partir de la matriz de observación propuesta para el análisis descriptivo, pero es importante añadir que, por un lado, estas vías de comunicación son las posibilidades que tiene el usuario de dialogar, discutir, confrontar, apoyar y, de una u otra manera, entablar una relación con otros a través de los contenidos publicados en los *podcast*, y por otro, son también las posibilidades de expresar una opinión individual o dar a conocer una información. Pero estos factores no determinan que los escuchas que hacen uso de estos espacios llevarán a cabo sus propias producciones de *podcast*.

En este sentido, puede inferirse que la participación que los usuarios tienen en torno –se insiste- al menos en el caso de *Byte Podcast*, es un tipo de participación referenciada en los medios de comunicación masiva, en donde se habilitan espacios para que las audiencias envíen sus comentarios y estos pueden o no tenerse en cuenta en la emisión. Lo que de nueva cuenta posiciona a los

receptores –o podescuchas- en un rol relativamente pasivo, es decir, en tanto se les ofrezca variedad de canales para la comunicación, los podescuchas podrán dar a conocer sus opiniones, comentarios en torno al *podcast* escuchado, pero esta acción no le permite incidir en los contenidos del *podcast* y mucho menos lo convierte en un *podcaster*, es decir, en un creador de *podcast*.

Ahora bien, desde la perspectiva de la interactividad sujeto/objeto, los usuarios tienen varias posibilidades de selección de los contenidos que refieren los *podcast*, y a su vez, estos productos tienen la capacidad de responder a los requerimientos de acceso que el usuario así determine, es decir, ofrecen menús de contenidos para que el podescucha pueda elegir. O, para decirlo desde la perspectiva del receptor, son varias las posibilidades de control que tiene el usuario sobre el proceso de difusión de los contenidos: es decir, en qué medida, puede éste elegir el ritmo y la secuencia de la comunicación. De esta forma, el usuario construye su propio camino de escucha, arma su propia linealidad en la exposición al *podcast*.

De esta manera, el *podcasting* cambia la situación de los contenidos sonoros generados a través de la vía hertziana, ya que el *podcast* ofrece la posibilidad de personalizar los contenidos, al poder el usuario selecciona qué episodios escuchar, si desea suscribirse o en dónde desea escucharlos. En todos estos casos la interactividad consiste en que el individuo “pregunta” y el sistema informático le responde automáticamente. Se produce así una transferencia de poder desde el *podcast* hacia el podescucha, quien ahora tiene más posibilidades de elegir a qué contenidos exponerse.

Pero su decisión no parte nunca de cero. No es que pueda decidir sin más los contenidos del *podcast*. Por el contrario, su capacidad de decisión comienza siempre sobre un menú de contenidos ya predeterminados por los propios *podcasters*.

Por tanto, el *podcasting* conlleva cambios significativos para el receptor. El más importante, de acuerdo con las observaciones que se han recogido a partir del análisis descriptivo, así como de las lecturas sobre este tema, es el poder que concede al consumidor de los contenidos sonoros. El oyente o *podescucha* decide

qué escucha, dónde, cuándo y cómo lo hace. Es decir, gana en autonomía y control de la audición, aspectos que contribuyen a la portabilidad de los *podcasts* y la automatización del proceso de suscripción, recepción y sincronización con el reproductor digital portátil, característicos de este medio de comunicación.

Por ende, el planteamiento de la hipótesis principal, relacionada con el establecimiento de un nuevo rol de los sujetos de la comunicación pautado por la incidencia de *podcasting*, no conlleva a los receptores a adoptar el papel de *podcasters* a través de la interactividad provista por *Byte Podcast* o *Podcasting for Dummies*. Lo que sí existe es una modificación en cuanto al uso y acceso a contenidos sonoros a través del *podcast*, la interactividad sujeto/objeto mueve al podescucha a la acción, quien, moviendo su ratón aquí y allá, navega por las páginas, ejecuta los audios y ordena operaciones de búsqueda.

Sin embargo, aún falta por indagar si estos receptores son capaces de insertarse en la *podcastera* a nivel de la producción, ya que esta pauta determina en forma crucial la resemantización de los roles comunicativos, es decir, el momento en que el receptor toma la iniciativa de diseñar sus propios productos sonoros modifica su posición ante el medio, tratando de modificar la clásica representación pasiva ante la emisión en un medio –como podría ser en el caso de los *mass media*- por una activa, a través de un medio que le posibilite esta inclusión.

Así, a partir del análisis de contenido de los foros Atina Chile: Charla Podcast y Foro Podcastellano, ya se mencionaba que era posible la identificación de la entidad *prosumer* o usuario-creador -conceptos que invitaron a la búsqueda de esta posible resemantización de roles-, debido a la caracterización planteada en el tema 1.2.1.1., en donde se señala que estos sujetos destacan sobre los internautas comunes por su gusto por la experimentación, la innovación en los desarrollos tecnológicos y el espíritu de compartir productos y servicios de Internet. Por tanto, parte de la caracterización de la actividad de la *podcastera* fue posible identificarla mediante esta técnica. Asimismo, a partir de la hipótesis principal planteada fue necesario el establecimiento de una hipótesis secundaria misma que desglosa en forma más específica el razonamiento bajo el cual se define esta tesis.

- Conclusiones de la hipótesis secundaria, misma que se planteó como:

El podcast promueve procesos de interacción que rompen con la distancia espacio-temporal, entre los usuarios-creadores de este medio, gracias a la convergencia digital.

La hipótesis secundaria plantea que a través de la producción de *podcast*, es posible establecer lazos de interacción entre los usuarios y los usuarios-creadores, es decir, que a partir de la convergencia digital propiciada por el desarrollo de diversas herramientas a través de Internet, los *podescuchas* pueden transitar de esta posición y convertirse en *podcasters* y, por tanto, alcanzar el perfil descrito para la entidad *prosumer*.

De este modo, en análisis de contenido descrito en líneas anteriores posibilitó la identificación de esta transición (*podescucha* a *podcaster*). Aunque en términos generales poca fue la evidencia que manifestara la escucha de *podcast* entre los usuarios de estos espacios, se infiere a partir de algunas referencias la aproximación a estos productos no sólo en calidad de diseñadores de los mismos, sino que comparten puntos de vista a partir de la comparación provista por la escucha de otros *podcast*.

Así, los usuarios de estos espacios de comunicación (Atina Chile: Charla Podcast Parte 1 y Foro Podcastellano), a partir de las categorías de análisis definidas mostraron que la interactividad establecida con esta herramienta es potencialmente dialógica y se vuelve comunicativa en la medida en que el usuario se apropia de los códigos y tiene una participación activa con otros usuarios, convirtiendo a estos intercambios en un proceso de interacción, evidentemente propiciada por el interés común entorno a la producción de *podcast*.

Cuando se habla de interactividad o de un medio interactivo se parte de la premisa de generar un contenido expresivo, que se soporte principalmente a través de Internet y sea capaz de gestar en el usuario inquietudes para entablar una relación tan estrecha que pueda trascender en un acto de interactividad sujeto/sujeto. Elemento que si fue notable en las intervenciones de los usuarios de

los foros de discusión, ya que como se señaló oportunamente en el desglose del análisis, resultó evidente que el nivel de diálogo entablado en estos espacios se encontraba orientado bajo códigos asimilados por los usuarios a partir de sus experiencias y prácticas en la *podcastfera*.

Cabe añadir que el proceso de interactividad gestado a partir de la subida de participaciones en un foro de discusión, se puede vincular con un proceso de coautoría o incluso, autoría porque el usuario pone en común códigos para generar acciones comunicativas que lo lleven a tomar decisiones propias para hacer suyos los contenidos y seguir interactuando con el resto de los usuarios sin una linealidad espacio-temporal preestablecida. Aunque cabe destacar en el caso de Atina Chile: Charla Podcast Parte 1, el elemento de linealidad temporal si fue contundente debido a que este espacio se configuró más como un chat que como un foro atemporal como Foro Podcastellano. Sin embargo, en el tiempo y la distancia, la información quedó ahí, en donde cualquiera aún puede consultarla.

Bosquejado el escenario de posibilidades de interactividad provistos a partir del análisis de descriptivo y el análisis de contenido, es posible abstraer que Internet, en distintas herramientas provistas por la Web 2.0 (tal como los *podcast* y foros de discusión), brinda volumen, velocidad y diversidad de información, incluyendo la posibilidad de respuesta. Dando al receptor la posibilidad de transformarse en emisor, en usuario-creador, en *prosumer*.

En este sentido, las habilidades que el usuario-creador debe incorporar son múltiples y acumulativas y pueden ir desde un simple “click”, hasta la utilización de programas simples o complejos (aspectos evidenciados en las intervenciones de los foros).

Si bien estos últimos párrafos ensalzan las potencialidades de los foros de discusión como una vía para el desarrollo de *podcast*, es pertinente señalar que los *podcast* por sí mismos sólo generan procesos de interactividad sujeto/objeto, mismos que se hallan destacados en el análisis descriptivo, es decir que aún estos productos no vivifican la interactividad sujeto/sujeto, en la medida –como ya se ha mencionado con antelación- que los contenidos de los *podcast* no pueden ser modificados por los podescuchas. Sin embargo, como se plantea en la hipótesis

secundaria algunos *podcast*, como podría ser el caso de *Podcasting For Dummies*, sí incentivan la interacción en espacios igualmente configurados en Internet, como el elegido para el análisis de contenido.

Ciertamente las observaciones vertidas en estas conclusiones no parten de supuestos nuevos, como ya se ha revisado a partir de la exploración teórica aportada por autores como Cloutier y Toffler, sino que a partir de estos preceptos y la consecuente ola de participación de los usuarios en Internet posibilitada por la Web 2.0 es como se ha venido a reconsiderar el rol comunicativo que llevan a cabo los sujetos en estos nuevos medios.

Pensemos en los primeros tiempos de la Internet, en donde se hace referencia a una *www* aún pequeña, con unos 250,000 sitios y 45 millones de usuarios en la que el contenido publicado por los responsables de las páginas era muchísimo mayor que el generado por los usuarios. Un escenario de sólo lectura en donde lo que hoy se conoce como Web 1.0, el cibernauta se dedicaba fundamentalmente a leer y a consultar información. La comunicación vía Internet era casi exclusivamente unidireccional, con contenidos retomados de los documentos físicos y un estilo comunicativo totalmente corporativo; Internet era al fin y al cabo un nuevo canal más al que la información se adaptaba, no se consideraba un espacio plausible de creación propia.

En este sentido, parte de la verdadera preponderancia que tienen consigo estas conclusiones se halla justamente en que en la medida que emergen diversos espacios de comunicación, teniendo como soporte a Internet, estos hacen viable la posibilidad de intercambio de diversa información estableciendo pautas de interacción a través de los canales que así lo permitan (como los foros o chats), haciendo cada vez más creciente el número de opciones de intercomunicación motivando, explicando y resolviendo dudas en torno a la generación de contenidos en Internet.

Así, para el caso del *podcast* otra vía alterna para el conocimiento y creación de los mismos se encuentra en *Twitter* (La *podcast*fera hispana en *twitter* – *Podcastellano*: @podcastellano/podcastfera), en donde algunos de sus usuarios encuentran una vía para la creación de comunidades en línea dedicada a fomentar

la difusión y el consumo de *podcast*. Se trata de crear un directorio de *podcast* que formará parte de una red social donde sus miembros podrán crear un perfil, agregar amigos, dejar comentarios y enviar mensajes privados.

Aunque este otro espacio de comunicación no fue considerado para el desarrollo de este análisis, vale la pena referenciar el ejemplo y con ello evidenciar la imbricación que cada uno de los desarrollos en Internet va generando, con el fin de incentivar la participación de los usuarios y así convertirse en *prosumers*.

De este modo, se hace patente que el *podcast* si promueve la interacción de los usuarios-creadores de este medio, a partir de la convergencia digital.

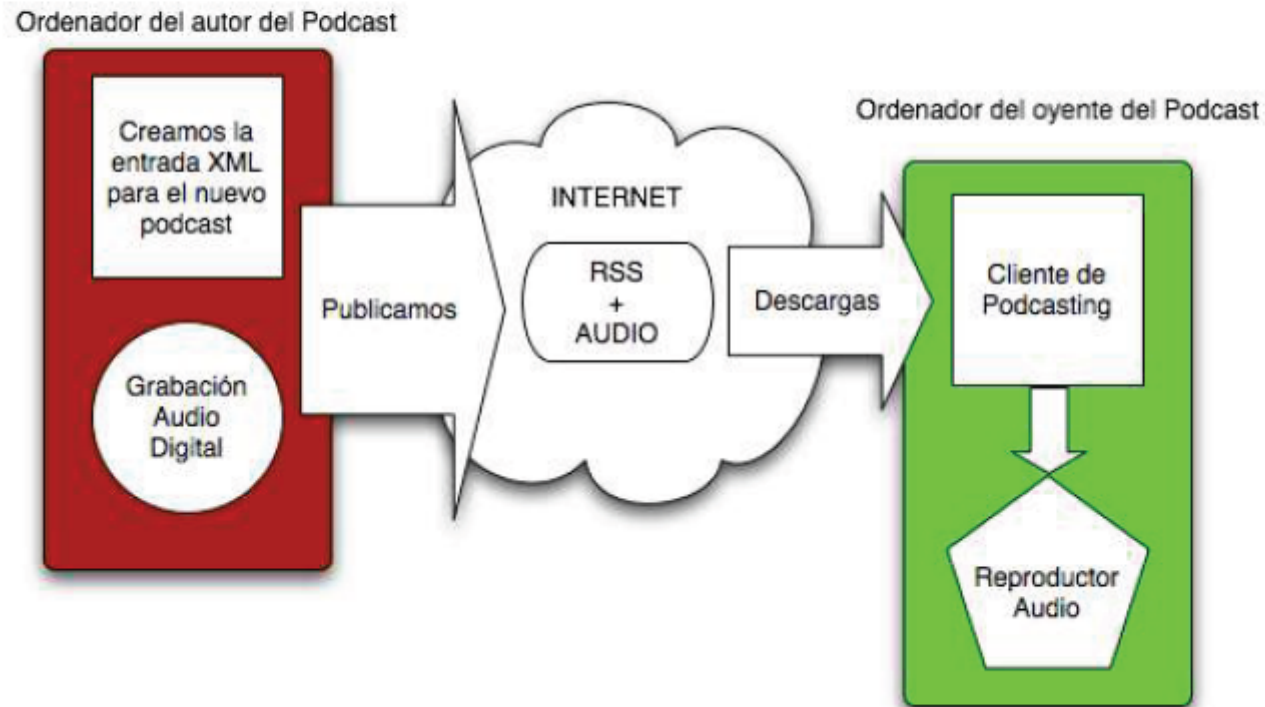
En definitiva, a lo largo de esta investigación hemos podido comprobar que el *podcasting* poco a poco pretende consolidarse como una herramienta útil para la distribución de contenidos sonoros a través de Internet. Para algunas webs o algunos *blogs*, que lo han integrado entre sus opciones de audio bajo demanda. Para otros medios, porque les permite ampliar su oferta al terreno del audio. Y para los usuarios convertidos en *podcasters*, porque les ha permitido expresarse en el campo de la comunicación sonora al margen de la radio generalista. Como consecuencia de ello, encontramos ahora en Internet una oferta de miles de proyectos sonoros cimentados en las posibilidades del *podcasting*.

ANEXOS

ANEXO 1
ESTRUCTURA DE UN PODCAST
ESQUEMA PROPUESTO POR GORKA RODRIGO DEL SOLAR

Podcast: Audio Digital + RSS

Estructura de un podcast



ANEXO 2

PÁGINA DE ATINA CHILE CHARLA PODCAST

Jueves 18 de Mayo de 2006

SIN BANDA ANCHA SE ESTRECHA LA CANCHA

Por aquí va la cosa!

AtinaChile!

Portada | Súmate | Términos de Uso | Movimiento | Crear Web | Proyectos | Entrevistas | TV Atina | Audio | Contacto | F.A.Q.

Anuncios Google | Podcast | Audio Video Podcast | TV Podcast English | Best Podcast Host

??nete a nuestro chat y conversemos de Podcast

Enviado por Equipo Editor | Mail 18/05/2006 a las 17:46

Conversemos sobre Podcast

Luis E. Bastias nos cuenta su experiencia con los podcast

LEE LA TRANSCRIPCIÓN COMPLETA DEL CHAT

Esta es la Transcripción de la primera conversación sobre Podcast. Hoy Jueves 18 de Mayo llevamos a cabo nuestro primer chat sobre Podcast, y te ofrecemos la transcripción completa de esta conversación! Viernes: segunda conversación. Mañana también tendremos una sesión de chat sobre este tema gracias a la cooperación de Claudio a las 17 horas. ¡No te lo pierdas!

Alelanta: comenzamos entonces. bastias: contara su experiencia con podcast...herramientas ----- **bastias:** bueno ok creo que lo más importante es partir con la configuración básica de hardware (HW). Obviamente, se debe tener tarjeta de sonido y la mayoría de los podcasters tiene un micrófono pero en el caso mío yo uso un equipo estereó como amplificador de manera que conecto mi micrófono al estereó y es estereó al PC. Esto permite mejorar bastante la calidad del sonido. -----

bastias: en cuanto al Sistema Operativo, tengo un Windows XP, así que el software (SW) que empleo corre en ese entorno. Una de las aplicaciones más útiles que se pueden usar, a mi juicio, es Audacity. Se trata de software abierto así que es gratuito y permite hacer todo: grabar, editar y mezclar. Sin embargo yo actualmente empleo WavePad para grabar y para hacer la edición básica y la mezcla y edición final la hago con un SW que se llama PROPAGANDA. -----

claudio2m: en ke formato grabas o es conveniente grabar en WAV porque ese es el formato nativo, eso garantiza que no hay pérdida de fidelidad. Sin embargo el estándar para podcasts es MP3, así que la versión final que subes al web, debiera ser un MP3. te respondi? **claudio2m:** sip

bastias: Me gustaría saber que justamente eso es una de las razones por los cuales actualmente empleo dos SW, ya que uso para la etapa WAV y otro para generar el MP3, aunque el audacity también permite lo mismo una de sus desventajas es que el render (la generación del Mp3) es muy lenta. otra pregunta? **Alelanta:** cual es la velocidad adecuada de un MP3? **bastias:** ah, buena pregunta. mira, lo lógico es que eso dependa de la naturaleza del podcast: En general yo solo uso velocidades altas (sobre 100 kbps) para podcasts que contienen música. Como decía cuando el podcast es sólo voz me parece lógico usar velocidades menores porque eso tiene varias ventajas por ejemplo los episodios se demoran mucho menos en subir o bajarse y ocupan menos espacio. **Alelanta:** te pregunto porque a la hora de subirlo o descargarlo un podcast de 132 kbps pesa mucho **bastias:** la velocidad que yo uso es 128 kbps y efectivamente se demora bastante el render, subir y bajar, ahora evidentemente eso depende del ancho de banda entre otras variables pero, por regla general una grabación de 64 kbps demora la mitad así que la diferencia es significativa. **Alelanta:** o si podemos preguntarle a chilepodcast como lo hace él ya que sus podcasts son musica y voz **bastias:** otra cosa importante es que para un podcast de sólo voz, un archivo de 64 kbps suena bastante bien. La comparación más cercana puede ser tal vez una radio FM. Esa es la razón por la que sólo recomiendo 128 ó más cuando la fidelidad es un imperativo. Me gustaría agregar que una limitante a considerar en este tema de las velocidades de bits es el del hosting porque algunos servicios de hosting (que permiten subir los MP3 para que estén disponibles para descargar) restringen las velocidades que aceptan así que es posible que su proveedor de hosting no les permita subir archivos de muy alta o muy baja fidelidad **Alelanta:** en las preguntas frecuentes sobre podcast, chilepodcast sugiere como sitios gratuitos donde subir podcast podían ser www.castpost.com, www.podomatic.com, los ha usado alguien de aquí? **bastias:** yo he usado podomatic. **chilepodcast:** Estoy usando castpost con un taller de radio con los alumnos de Liceo **Alelanta:** que tal funciona? que capacidad tiene? **chilepodcast:** castpost ofrece 100 megas gratis **Alelanta:** y alguna restricción de velocidad? e que velocidad grabas tus podcasts? **chilepodcast:** a mayor velocidad, archivo más grande y menos espacio para publicar, a mayor velocidad tienes más calidad de sonido pero archivo grande, entonces tienes que elegir que te escuchan bien, con un archivo grande, o lo contrario. **Alelanta:** pero por ejemplo si es solo voz...a que velocidad mínima sugieres una grabación de calidad? **chilepodcast:** actualmente estoy usando 64 kbps, pero esto significa que mi cuota se completa más rápido. **Alelanta:** y donde alojas tus podcasts? **chilepodcast:** ahora quienes que escuchan con buena calidad y si tiene dinero para pagar por un podcast host de gran capacidad no hay problema. **Pablo:** esta claro, **chilepodcast:** Lo mismo ocurre con la fotografía digital y los fotólogos. Foto grande 4 o 5 megapixels es un archivo grande. **Alelanta:** bastias y **chilepodcast:**... donde alojas tus podcasts? **chilepodcast:** foto chica de vga es chica y de baja resolución pero el archivo final el pequeño. **bastias:** yo actualmente en qcast.com **chilepodcast:** Con los clip de video de la cámara digitales es lo mismo. Ahora, con el problema que no todo el mundo tiene banda ancha la bajada de un archivo grande también puede ser un problema ra el "podcast escucho" **Alelanta:** bastias qcast es gratis? **bastias:** sí, es gratis y tiene varias ventajas. la primera es que no tiene límites de almacenamiento, la segunda es que te permite crear varios podcasts distintos, tal como ocurre con blogger que permite crear varios blogs. la tercera es que en general el sistema funciona muy bien.

chilepodcast: Hay un sitio yo uso para bajar archivos de audio en inglés que te da las dos versiones del mismo contenido, y uno decide si baja el archivo de buena calidad. OK, como le escuche en una conferencia a Fernando Flores por ahí, hoy la memoria es más barata que el agua **bastias:** por ejemplo con podomatic me ocurrió varias veces que al intentar subir archivos algo fallaba y se perdía todo, así que había que volver a partir de cero. con qcast en cambio, por lo general, no he tenido problemas. **Pablo:** creo que ha sido enriquecedor el dialogo en cuanto a lo técnico. Me gustaria dejarles un par de ideas de contenido, y con vista al futuro, ¿puedo, Ale? **Alelanta:** por supuesto... **Pablo:** gracias. 1. la primera idea: creo que si varios a tomar PODCAST como tema, esta charla debería ser con sonido en lugar de texto. me gustaria ofrecerles la posibilidad de hacer una proxima en un aula Marratech o sala de reunion si prefieren esa denominacion. Mas informes luego sobre Marratech. **gabber957:** Buenas Tardes, saludos desde México, ¿qué posibilidades se le ve al podcasting en el ámbito educativo? **Pablo:** la segunda: esta es una idea muy nueva, pero creo que pronto tomara mucho cuerpo y pegara muy fuerte. QUE OPORTUNIA LA PREGUNTA DEL COLEGA MEXICANO! **bastias:** yo creo que esa pregunta la puede contestar **chilepodcast:** yo he escrito un post sobre la radio en educación, que ahora le llamo el podcast en educación **Alelanta:** Pablo... perfecto... lo coordinamos en forma interna lo de sala virtual **Pablo:** esto es lo que quiero hacer: es decir, ir agregando "capas" a un mismo podcast para que de a poco se vayan integrando participantes. piensan en el post de un blog... pero con sonidos!! entonces mi idea es esta: hace una primera grabación de una CANCIÓN CHILENA. **chilepodcast:** podriamos hacer una conferencia con el skype, que yo he usado para hacer un par de entrevistas **gabber957:** ¿dónde puedo consultar ese post? **Pablo:** poco a poco se van agregando voces... no necesitan grabarse todas al mismo tiempo, a eso llamo OVERLAY **chilepodcast:** en hls://chilepodcast.blogspot.com **Pablo:** ok **chilepodcast:** A mi: alumnos le hice leer las FAQ de podcast y posteriormente hice un programa final **Pablo:** se van haciendo las 6 y voy a partir... Ale, hablamos sobre esto luego. **Alelanta:** pablo, si, ahora sigans con lo de podcast en educación para nuestro amigo mexicano **chilepodcast:** al menos en mi caso en el pasado la radio me ha ayudado para el estudio del inglés. ahora uso podcast para el inglés **gabber957:** como espod.com, existen muy buenos recursos para el aprendizaje de idiomas: ugoeigo.com, toeftpod.com **chilepodcast:** acabo de estar en un proceso de seguimiento de pasantía en santiago y un profeso de UK me invitó para que le hablara a los colegas sobre esta tecnología. **Alelanta:** ya son las 6. a los que tengan que retirarse gracias **bastias:** gracias **Alelanta:** o si me has pasado gracias por su participación

Tu También puedes aportar Si conoces sobre Podcast y quieres compartir tus conocimientos y experiencias con la comunidad de Atina Chile envía un correo a atinchile@gmail.com para coordinar nuevas conversaciones via chat para nuestros miembros.

Etiquetas: [Atina Chile](#) | [Regiones](#) | [Todo el país](#)

Coméntelo | Inicia tu sesión o [Regístrate gratis](#) para poder comentar | [Comentarios](#)

[Anuncios Google](#) | [Podcast](#) | [Make a Podcast](#) | [How to Podcast](#) | [Vidcasts](#)

Cuidado con los Cruces

Busca contenidos:

Buscar

¡El sitio más buena onda!

www.needish.com

Comparte Atina Chile

¡Atina! Únete a nuestro facebook.

Usuarios registrados

Correo electrónico

Contraseña

Recordarme en este computador.

Ingresar o Susíbete - ¿Olvidaste tu contraseña?

Navegación guiada

Todo el contenido

- Atina Literario
- OPERTAS ATINADAS PUBLICA AQUÍ
- Café Atina
- Atina POR TU MEDIOAMBIENTE

Personas en línea

Miembros de "Atina Chile" | Por aquí va la cosa!

En estos momentos hay 223 personas visitando "Atina Chile" | Por aquí va la cosa!

Artículos recientes

Los gallegos sienten cierta desconianza
hace 11 mins

Atrapados
hace 3 horas 25 mins

CLASES DE SALSA
hace 3 horas 32 mins

Diderot y la paradoja del comediante
hace 4 horas 40 mins

EL VÉRTIGO DE LA SOBREMODERNIDAD: CIUDADES DEL ANONIMATO Y TURISMO ETNOGRÁFICO. I Parte. Por Adolfo
hace 4 horas 55 mins

Bosque Fray Jorge un Relicto de Bosque Valdiviano. Por Nelson Castro.
hace 6 horas 7 mins

Productos Cotillón Bicentenario
hace 7 horas 13 mins

Hacemos llegar a su respetable medio el siguiente artículo caratulado: PIÑERA EL ALQUIMISTA.
hace 9 horas 39 mins

Como quieres que crea en el amor si no estas aquí...
hace 9 horas 15 mins

Verano Cubano: entrevista a Lía Villares
hace 9 horas 28 mins

Red de Diarios Ciudadanos

- El Morro cocinado
- El Nortero
- El Observado
- El Paradiario 14
- El Rancahuaso
- El Ojano
- La Opinión
- Navegable
- El Vaca nudo
- El Repuetero

Anuncios Google

English Listening MP3
Learn English By Listening To Mp3, Speak Like A Native, Quick Learning www.EffortlessEnglishClub.com

Metodo Silva
Descarga el Sonido Alfa y las Lecciones Gratuitas Ahora. Nuevo. www.metodosilvadevida.com

ANEXO 3

FORO PODCASTELLANO. CÓMO HACER PODCAST NO SE CÓMO HACER EL RSS



Podcastellano

Proyecto de la comunidad hispana de podcasting con información, noticias, documentación y ayuda sobre podcasts en español.

Principal » foros » Podcasters » Como hacer podcasts

No se como hacer el RSS

[Guía De Editores De Libro](#)

Obtén Una Guía De Editores De Libro Sin Costo Alguno



[Cursos diseño y animación](#)

editorial,web, modelado,animación photoshop, maya, 3dstudio, premiere

Anuncios Google

hola amigos: se que hay explicado en el tutorial eso del rss, pero para ser sincero eso de los codigos no se me da. Ya tengo todo listo para publicar mi podcast, el mp3, el servidor, ya se como hacer el IDtags, pero eso el RSS no lo chacho. segun dice mi amigo Batiz, solo hay que hacer copy-paste de un podcast existente, ¿donde aparece ese formulario? ok según entiendo hay que modificar ese formulario, ¿qué modificaciones le hago?. una vez que ya tenga modificado ese formulario ¿en donde lo pego? perdón mi ignoracia, pero simplemente no entiendo. gracias por su ayuda y por dar a conocer este genial mundo del podcasting.

Publicado por Guateman el 10/09/2006 - 01:23 | [Como hacer podcasts](#) | [discusión anterior](#) | [discusión siguiente](#) | [versión para imprimir](#) | [PDA](#) | [🔗](#) | [🔔](#) | 1810 lecturas | [Feed for comments on this post](#)

Opciones de visualización de comentarios

Lista plana - expandida 50 comentarios por página

Seleccione la forma que desee de mostrar los comentarios y haga clic en «Guardar opciones» para activar los cambios.

Otra forma

Si te parece complicado puedes probar con esta aplicación:

Podcast This que te permite crear el rss de una forma bastante sencilla.

Esta aplicación la tienes comentada brevemente en **folcast**. Aunque lo mejor es que la pruebes y luego veas el rss resultante en función de los datos que has metido en el formulario.

Alvaro Morala

[relatame](#)

[la Berenjena](#)

Publicado por alvaromorala el 10 Septiembre, 2006 - 09:52 | [responder](#)

Prueba con un servicio de podcasts

Si no te sale bien a mano, prueba con un programa o servicio que te genere el RSS de forma automática, que ya hay muchos y varios son gratuitos. Es la mejor forma de evitar problemas.

Saludos,

Jose A.

[Comunicando podcast](#)

Publicado por Jagelado el 15 Septiembre, 2006 - 12:11 | [responder](#)

uso mac

gracias Jorge y Alvaro por su comentarios pero lamento decirles que uso una mac, y este paquete es para windows ¿qué opciones tengo en el sistema operativo de la manzana? gracias

Publicado por Guateman el 22 Septiembre, 2006 - 03:12 | [responder](#)

gracias

gracias Jorge y Alvaro, por sus útiles comentarios sobre el rss, encontré un software para mac llamado podcastMaker, el cual está superbueno y es muy fácil de usar, especialmente para aquellos que no sabemos mucho de programación.

Gracias por su ayuda y espero que muy pronto salga a luz el primer podcast por un guatemalteco, según se ningún compatriota se ha animado hacer uno.

saludos.

Publicado por Guateman el 25 Septiembre, 2006 - 22:01 | [responder](#)

ANEXO 4

FORO PODCASTELLANO. CÓMO HACER PODCAST GRABACIÓN SIMPLE MP3



Podcastellano

Proyecto de la comunidad hispana de podcasting con información, noticias, documentación y ayuda sobre podcasts en español.

Principal > foros > Podcasters > Como hacer podcasts

grabador simple en MP3

Grabadores de Llamadas
Grabación telefónica de líneas y extensiones analógicas/digitales/IP

Grabación de Llamadas
Grabadoras de conversaciones telefónicas y de radio

Anuncios Google

Ya hace tiempo que comenté que estaba buscando una aplicación de navegador (applet, flash) para grabar voz.

Mi búsqueda ha sido bastante infructuosa ya que no he encontrado nada libre y que vaya bien.

He desistido en ese intento. Pero ahora estoy buscando un editor/grabador MP3 que sea más sencillo que Audacity. Algo que sea fácil de instalar y utilizar. Con pocos botones y poca configuración para no complicar a los usuarios.

¿alguien conoce alguno que me pueda recomendar?

gracias, gracias.

alvaro

[relatame.com](http://www.relatame.com)

Publicado por alvaromorala el 20/10/2005 - 15:25 | [Como hacer podcasts](#) | [discusión anterior](#) | [discusión siguiente](#) | [versión para imprimir](#) | [PDA](#) | [RSS](#) | [Atom](#) | 2830 lecturas | [Feed for comments on this post](#)

Opciones de visualización de comentarios

Lista plana - expandida | Fecha - antiguos primero | 50 comentarios por página | [Guardar opciones](#)

Seleccione la forma que desee de mostrar los comentarios y haga clic en «Guardar opciones» para activar los cambios.

Easypodcast

¿Has probado **Easypodcast**?

Es que bonito, simple, gratis... No se me ocurre nada mejor que el Audacity je je.

De todas maneras, si encuentras algo, coméntalo.

www.fjromero.com

Por supuesto, con podcast de serie.

Publicado por fjromero el 21 Octubre, 2005 - 12:08 | [responder](#)

Podproducer

También está el **Podproducer**, pero sólo para Windows. Tiene a su favor la posibilidad de montar en vivo, variar niveles "en directo", etc..

Publicado por Jagelado el 21 Octubre, 2005 - 14:39 | [responder](#)

interesante

Muy interesante lo de PodProducer. Gracias a los dos por vuestras respuestas.

Aunque lo que busco es algo tan sencillo que cualquier usuario, sin ningún conocimiento, pueda instalarlo y utilizarlo en 5 minutos.

Que no tenga muchos botones para que no se lien y desesperen.

... y es que no sabéis lo complicado que es conseguir que un usuario medio de internet se atreva a grabar su voz. La cuestión es no complicárselo mucho.

Ya os contaré si encuentro algo...

Alvaro Morala

<http://www.relatame.com>

Publicado por alvaromorala el 21 Octubre, 2005 - 15:37 | [responder](#)

El problema del podcasting

Creo que, precisamente, ese es el gran problema del podcasting. Una bitácora es fácil: sólo pon el nombre de usuario y la contraseña y escribe; en el podcast aún no hemos llegado a esto, pero todo llegará, os lo dice Rappel :->

www.fjromero.com

Por supuesto, con podcast de serie.

Publicado por fjromero el 21 Octubre, 2005 - 19:24 | [responder](#)

poco a poco salen a la luz

Parece que mi búsqueda empieza a dar frutos. Ya he encontrado un par de aplicaciones: **winPodcast** y **WavePod**.

A ver si con esto conseguimos animar a más gente a grabar su primer podcast, ¿no?

Ahora solo me falta encontrar ese maravilloso "applet o flash recorder" para mi página (creo que esto sí que va a estar chungo).

Alvaro Morala

<http://www.relatame.com>

Publicado por alvaromorala el 25 Octubre, 2005 - 14:27 | [responder](#)

Odeo ya graba

Tu búsqueda ha sido muy fructífera, ya que has encontrado otros buenos (o al menos prometedores, a falta de probarlos) programas para animar a más gente a hacer podcasts.

Si sigues prefiriendo algo en página web, creo que lo que estabas buscando está aquí:

Odeo ya permite grabar podcasts en la página web

Saludos,

Jose A.

Comunicando podcast

Publicado por Jagelado el 25 Octubre, 2005 - 16:12 | [responder](#)

ANEXO 5

FORO PODCASTELLANO. CÓMO HACER PODCAST

CODIFICACIÓN DE PODCAST



Podcastellano

Proyecto de la comunidad hispana de podcasting con información, noticias, documentación y ayuda sobre podcasts en español.

Principal » foros » Podcasters » Como hacer podcasts

Codificación de Podcasts

Breakaway Audio Enhancer
Dramatically improves the audio experience for all PC users.



Narrowcasters Audio Tours
service provider in Asia Pacific for museums & cultural sites

Anuncios Google

Hola:

A ver si me podeis ayudar. Yo creo que Comunicando y VidaTech suenan muy bien. Yo no soy capaz de hacer que los míos suenen la mitad de bien, o sea que creo que se debe a la conversión a MP3. Estaría bien que diésemos un rango de opciones utilizadas. La opción más simple, la que uso yo por el momento: grabar en Audacity y luego codificar a mp3 64k. usando la librería lame.

Que haceis vosotros? Como lo haceis en Comunicando o Vida Tech? Morpheoz en su último podcast hablaba de usar la librería MP3Pro, pero como se puede usar con Audacity?

Publicado por PinkPanther el 25/10/2005 - 04:54 | [Como hacer podcasts](#) | [General podcasters](#) | [discusión anterior](#) | [discusión siguiente](#) | [versión para imprimir](#) | [PDA](#) | [RSS](#) | [Atom](#) | 2812 lecturas | [Feed for comments on this post](#)

Opciones de visualización de comentarios

Lista plana - expandida | Fecha - antiguos primero | 50 comentarios por página | [Guardar opciones](#)

Seleccione la forma que desee de mostrar los comentarios y haga clic en «Guardar opciones» para activar los cambios.

Hay otros podcast que se escuchan mejor

Existen otros podcast con muchísima más calidad (opinión subjetiva) que los que has nombrado por ejemplo CodexCast o eMigrando aunque tal vez tengas que hacer muchos podcast para cojer la medida a la codificación.

64kb es la mejor opción para música y voz es lo que siempre se ha recomendado por los problemas de espacio y ancho de banda.

Creo que aparte de sonar bien lo importante es el contenido.

Publicado por cinefil0 el 25 Octubre, 2005 - 17:38 | [responder](#)

Sonido y codificación

La parte del sonido es bastante extensa de tratar, y de momento no tengo el tiempo para escribirlo todo... así que, ¿que te parece si hacemos algo?

Voy a dedicar el programa de Vida Tech! de hoy a hablar de esto, y voy a grabar un vídeo tutorial de el proceso de grabación del programa. Creo que sería más gráfico y "explicativo" de esa forma.

La referencia a MP3pro que hicimos en la última edición de Vida Tech, es mayormente enfocada a la calidad del sonido a bajos niveles de bitrate (64kbs o menos) y nivel de compresión, es decir, un archivo codificado con mp3pro a 48kbs -dependiendo de la producción- tendrá el mismo sonido que un archivo codificado a 64kbs con Lame.

Pero la codificación no mejora de ninguna forma el audio si este por ejemplo presenta niveles de saturación, pops, clicks, noise, hiss... etc.

Todas esas cosas deben tratarse de eliminarse durante la post-producción del audio, a través de noise reduction, click/pops reduction, Normalize, aplicación de un compresor para evitar la distorsión provocada por elevación de los niveles, equalización, etc.

Otros factores que afectan tu audio casi permanentemente son: Grabar el podcast en un espacio demasiado amplio y sin nada en las paredes, grabarlo en un espacio muy pequeño también, en ambos casos por la pura acústica. Ventiladores, Aire acondicionado, Abanicos y de hecho los mismos fans de tu PC. Tarjeta de sonido, micrófono... ETC.

Como veras... hay muchas cosas que deben tomarse en cuenta a la hora de hablar de audio, pero... con unos cuantos procedimientos sencillos, podemos mejorar notablemente el sonido de nuestro audio independientemente de lo antes mencionado... De eso, hablaremos hoy en el podcast.

y luego publico aquí un link para el vídeo tutorial.

Publicado por Morpheoz el 25 Octubre, 2005 - 21:07 | [responder](#)

Muchas gracias Morpheoz

Espero con impaciencia. Creo que los problemas son de dos clases: problemas de grabacion (micros, sitio de grabacion...) y de produccion (programa elegido, metodo de compresion elegido...). La primera clase de problemas creo que solo se arregla con un rodaje largo. La segunda clase de problemas me interesa mas, pues es facil hacerlo bien si se sabe como.

Un abrazo

[SPAM incluso aquí o no :-)] www.todachina.com

Publicado por PinkPanther el 27 Octubre, 2005 - 04:13 | [responder](#)

Suena bien

A me parece que Toda China suena bien y por cierto me ha gustado mucho la idea y el contenido del podcast, sobre todo la música y el curso. Sonaría mejor a 128 pero sería el doble de tamaño. Una opción para tener ambas cosas que hemos hecho en Comunicando es comprimir a 128 y en Archive.org hacen la conversión a 64 que es la que distribuimos en el feed RSS y a OGG.

El Audacity y el Lame creo que pueden dar buen sonido. Casi todo el meollo está en el micro y como bien dice Morpheoz, influye mucho el lugar de grabación. También es importante la posición frente al micro, en función de tipo de micro que tengas, usar un quitavientos (esa espuma que se pone en los micros) o algo que quite los golpes de voz al micro y no acercarse demasiado. Se pueden grabar dos voces con un micro si consigues que se oigan las dos voces más o menos niveladas.

Saludos,

Jose A.

Comunicando podcast

Publicado por Jagelado el 27 Octubre, 2005 - 10:20 | [responder](#)

Codificacion de Podcasts

Por lo poco que llevo haciendo podcasting, hay dos cosas que nunca fallan:

1. Micro bueno
2. Habitación silenciosa

Y luego la codificación a tu gusto

Publicado por Escribano el 27 Octubre, 2005 - 18:23 | [responder](#)

Podcast acelerado

Muchas gracias por las respuestas, pero creo que necesitamos meternos en el meollo técnico más a fondo, intentando separar los problemas de grabación de los de producción. Creo que los consejos de Jose y Escribano acerca de grabación son muy buenos e intentaré aprovecharlos. Un buen ejemplo es el esfuerzo titánico de Morpheoz con su vídeo y últimos podcasts. Y da respuesta a mi pregunta, pues dice que no se puede usar la librería Mp3pro con Audacity, tal y como yo sospechaba.

Muchas gracias Jose, no creo que Toda china sea tan bueno. Se agradecen mucho las alabanzas. Sigo pensando que si Comunicando suena 9, toda china suena 5. Eso sin meternos en contenidos.

Un problema que me ha surgido en el último podcast (meollo técnico puro). Me bajé la última versión de LAME 3.98, que parece codificar a una frecuencia de 24khz a 64 Kbits's. Eso ocasiono que algunos oyentes se quejaron de que el podcast sonaba acelerado. La versión de LAME 3.93, sin embargo, codifica a 22.05Khz y con esa frecuencia no hay problema. O sea que es un aspecto a tener en cuenta (otro más).

[SPAM incluso aquí o no :-)] www.todachina.com

Publicado por PinkPanther el 29 Octubre, 2005 - 06:21 | [responder](#)

Acerca de Video

Hola Morpheoz

Logre encontrar uno de los videos que hiciste (<http://www.morpheoz.com/videtutoriales/audacity1-1.html>) mi interes es en la calidad de Sonido que tienes en el video, no se si sera mucho pedir, pero desearia tambien que hicieras un video explicando los pasos para grabar videos con buena calidad de sonido, Yo tengo el problema de que mis videos me salen con mucho ruido y eso es muy molesto al momento de reproducirlo.

Saludos Fredy

Publicado por fcmart el 9 Noviembre, 2005 - 20:16 | [responder](#)

REFERENCIAS

1. **ALEGSA** (1998-2010). *Diccionario de Informática*. Disponible: <http://www.alegsa.com.ar/Dic/hosting.php>. Consultado el: 26 de agosto de 2009.
2. **ALONSO**, Jaime (2006). *Comunicación Virtual: Elementos y Dinámicas*. Madrid: UNIONEDITORIAL. Disponible en: http://books.google.com.mx/books?id=QlpmEt9Akq8C&pg=PA117&lpg=PA117&dq=ALONSO,+Jaime+%282006%29.+Comunicaci%C3%B3n+Virtual:+Elementos+y+Din%C3%A1micas&source=bl&ots=EY0UTM1t8O&sig=Hq_OEf4_IDJYabizfnwWo9nbCGo&hl=es&ei=jD_iTOTXOoSCsQPPxtBm&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CCMQ6AEwAg#v=onepage&q&f=false. Consultado el: 4 de mayo de 2010.
3. **ALVAREZ**, Jonathan (2008). *¿Radio por Internet o Podcast?*. Revista electrónica High End Magazine. Disponible en <http://highendmagazine.com/2008/08/12/%C2%BFradio-por-internet-o-podcast/>. Consultado el: 18 de abril de 2010.
4. **BERLO**, David K. (1986). *El Proceso de la Comunicación Humana*. México: El Ateneo.
5. **BETETTINI**, Gianfranco (Ed.) (1995). *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*. Barcelona: Paidós.
6. **BORGES**, Federico (2009). *Profcast. Aprender y Enseñar con Podcast*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en: http://books.google.com.mx/books?hl=es&lr=lang_es&id=bFBwviYuKXAC&oi=fnd&pg=PA5&dq=vidcast&ots=Ai9YRRuvWu&sig=gog_1SnnC7Tb

zKAmse2AXDo-seU#v=onepage&q&f=false. Consultado el: 20 de mayo de 2010.

7. **BOWMAN**, Shayne y Chris Willis (2003). *Nosotros, El Medio*. Estados Unidos: The Media Center Institute. Disponible en http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media_espanol.pdf. Consultado el 28 de Marzo de 2009.
8. **CEREZO**, José Manuel. (Coord.) (2006). *La Blogosfera Hispana: Pioneros de la Cultura Digital*. Madrid: Fundación Orange antes Fundación France Telecom España. Disponible en http://www.fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/publi_253_9.asp. Consultado el 5 de Septiembre de 2007.
9. **COBO**, Cristóbal y Hugo Pardo Kuklinski (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia Colectiva o Medios Fast Food*. México: FLACSO. Disponible en www.planetaweb.net. Consultado el 18 de Noviembre de 2008.
10. **CORTES** Cabrera, Georgina y Carla Fernández Soto (2006). *Cultureando: Propuesta de una Serie Radiofónica de Entretenimiento y Cultura Dirigida a Jóvenes en el Distrito Federal*. México: Tesis Licenciatura-UNAM.
11. **CROVI** Druetta, Delia (2006). *Educación en la Era de las Redes*. México: UNAM.
12. **ESTEBANELL** Minguell, Merixtell. *Interactividad e Interacción*. Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa. Vol. 1; No.1, 23-32. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1252603>. Consultado el 28 de marzo de 2008.
13. **FAINHOLC**, Beatriz (1999). *La Interactividad en la Educación a Distancia*. Buenos Aires: Paidós.

- 14.FERNANDEZ** de Velasco Rodrigo, Arturo (2008). *El Podcast como Medio de Comunicación: Caracterización del Podcast Independiente y Adopción por los Canales de Radio*. Disponible en: http://www.desdelaterraza.org/wp-content/uploads/2009/03/Podcast_ArturoVelasco.pdf. Consultado el 18 de Septiembre de 2008.
- 15.FUMERO**, Antonio y Genís Roca (2007). *Web 2.0*. España: Fundación Orange antes Fundación France Telecom España. Disponible en www.fundacionorange.es. Consultado el 10 de Julio de 2008.
- 16.GAIRÍN** Sallán y Pilar Muñoz (2006). *Análisis de la Interacción en Comunidades Virtuales*. Disponible en: <http://ddd.uab.cat/pub/educar/0211819Xn37p125.pdf>. Consultado el 18 de Noviembre de 2008.
- 17.GALLARDO** Cano, Alejandro (1990). *Curso de Teorías de la Comunicación*. México: UNAM.
- 18.GALEANO**, Ernesto César (1997). *Modelos de Comunicación desde los Esquemas Estímulo-Respuesta a la Comunicación*. Argentina: Macchi.
- 19.GELADO**, José A. (Coord.) (2005a). *El Libro del Podcasting*. España: Disponible en www.podcastellano.com/libro. Consultado el 23 de Enero de 2007.
- 20.GELADO**, José A. (2005b). *Podcastellano, todo sobre podcast en Español*, en Informe Diario: blog de Jose Antonio Gelado que desde 2003 analiza y comenta la actualidad tecnológica. Informe Diario forma parte de la Red Codesal y cuenta también con las colaboraciones de Ramón Rey y Jerónimo Palacios. Disponible en <http://informediario.com/2005/05/podcastellano-todo-sobre-podcast-en.html#arriba>. Consultado el: 25 de julio de 2009.

- 21. DEL SOLAR**, Gorka Rodrigo (2005). *Charla de Podcast. Semana Eside*. Bilbao: Universidad de Deusto. Disponible en <http://www.e-ghost.deusto.es/docs/2005/conferencias/TransparenciasPodcast.pdf>. Consultado el 23 de enero de 2007.
- 22. HAMMERSLEY**, Ben (2004). *Audible Revolution*. The Guardian. Publicado el 14 de febrero de 2004. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Consultado el 20 de julio de 2007.
- 23. HERNÁNDEZ** Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio (2000). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw Hill
- 24. HINE**, Cristine (2000). *Etnografía Virtual*. UOC Editorial.
- 25. HISPACOOOP**. Confederación Española de Cooperativas de Consumidores y Usuarios (----). *Mejoras del Acceso de los Consumidores en el Uso de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*. España: Ministerio de Sanidad y Consumo e Instituto Nacional de Consumo. Disponible en: http://www.hispacoop.es/home/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=25&Itemid=37. Consultado el 18 de Enero de 2009.
- 26. JEFFRO** (2007). *Web 1.0 and Web 2.0. Visual Differences*. Disponible en <http://www.jeffro2pt0.com/web-10-and-web-20-visual-differences>. Consultado el 22 de junio de 2008.
- 27. KRIPPENDORFF**, Klaus. *Metodología de Análisis de Contenido. Teórica y Práctica*. España: Paidós.
- 28. -----** (2005). *Podcasting ¿Nuevo formato o la radio del futuro?* En: La Flecha. Diario de Ciencia y Tecnología. Disponible en <http://www.laflecha.net/canales/comunicacion/200512143/>. Consultado el: 15 de diciembre, 2007

- 29.LAMARCA** Lapuente, María de Jesús (2006). *El Nuevo Concepto de Documento en la Cultura de la Imagen*. Madrid: Tesis Doctoral; Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en: <http://www.hipertexto.info>. Consultado el 26 de marzo de 2008.
- 30.LOPÉZ** García, Guillermo (Ed.) (2005). *El Ecosistema Digital: Modelos de Comunicación, Nuevos Medios y Público en Internet*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València. Disponible en <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>. Consultado el 22 de Noviembre de 2008.
- 31. MALETZKE**, Gerard (1976). *Psicología de la Comunicación Social*. Quito: CIESPAL.
- 32. McMILLAN**, Sally J. (2002). *Exploring Models of Interactivity from Multiple Research Traditions: Users, Documents and Systems*. En L. Lievrouw & S. Livingstone (Eds.). *The Handbook of New Media* (pp. 205–228). Londres: Sage. Disponible en: http://books.google.com.mx/books?id=P9HkFWEwfFUC&printsec=frontcover&dq=handbook+of+new+media&source=bl&ots=RhkQCcMAYH&sig=vjgQYsXGjkoS2w5XLoMOuYLv0w0&hl=es&ei=nEPiTOfBF4P6sAPuIJVm&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=3&ved=0CC0Q6AEwAg#v=onepage&q&f=false. Consultado el 15 de febrero de 2010.
- 33.McQUAIL**, Denis (2001). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- 34.MORAGAS**, Miguel de (Ed.) (1985). *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- 35.MUÑOZ** Carril, Pablo César y Mercedes González Sanmamed (2009). *Plataformas de Teleformación y Herramientas Telemáticas*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en: <http://books.google.com.mx/books?id=MWvJC-v>

uyIC&pg=PA127&dq=vodcast&hl=es&ei=0sIXTlrGEILSsAP5uPy6Cg&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CDIQ6AEwAQ#v=onepage&q=vodcast&f=false. Consultado el: 20 de mayo de 2010.

- 36. O'REILLY**, Tim (2006). *Qué es Web 2.0. Patrones del Diseño Y Modelos De Negocio para la Siguiete Generación del Software*. España: Fundación Telefónica. Disponible en <http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>. Consultado el 8 de Julio de 2008.
- 37. PALAZZESI**, Ariel (2007). *Prosumers, La Revolución que Viene*. Disponible en: <http://www.neoteo.com/prosumers-la-revolucion-que-viene.neo>. Consultado el 18 de Mayo de 2009.
- 38. PISANI**, Francis (2007). *Ciudadano y Participación en Chile*. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/semana/Periodismo/ciudadano/participacion/Chile/elpeputeccib/20070201elpciblse_1/Tes. Consultado el 22 de julio de 2009.
- 39. ROMO** Gil, María Cristina (1994). *Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio*. México: Diana.
- 40. TREJO** Delarbre, Raúl (2006). *Viviendo en el Aleph. La Sociedad de la Información y sus Laberintos*. México: ILCE y Gedisa.
- 41. THOMPSON**, John B. (1998a). *Ideología y Cultura Moderna*. México: UAM Xochimilco.
- 42. THOMPSON**, John B. (1998b). *Los Media y la Modernidad*. México: Paidós Comunicación.
- 43. TOFFLER**, Alvin (1981). *La Tercera Ola*. Barcelona: Plaza & Janes.
- 44. TOUSSAINT**, Florance (1992). *Crítica de la Información de Masas*. México: Trillas.

- 45.SANCHEZ** Tarragó, Nancy (2007). *Sindicación de Contenidos con Canales RSS: Aplicaciones Actuales y Tendencias*. Disponible en: http://bvs.sld.cu/revistas/aci/vol15_3_07/aci03307.htm. Consultado el 24 de abril de 2009.
- 46.SELLAS**, Toni (2008). *La voz de la Web 2.0. Análisis del Contexto, Retos y Oportunidades del Podcasting en el Marco de la Comunicación Sonora*. Tesis para obtener el grado de Doctor en Ciencias de la Comunicación. Universidad Internacional de Catalunya: España. Disponible en: http://www.tesisenxarxa.net/TESIS_UIC/AVAILABLE/TDX-0304109-125311//Toni_Sellas_TESI.pdf. Consultado el 16 de Enero de 2009.
- 47.SILVIO**, José (2000). *La Virtualización de la Universidad ¿Cómo Transformar la Educación Superior con la Tecnología?* Caracas: UNESCO.
- 48.VAN DER HENST**, Christian (2005). *¿Qué es la Web 2.0?* Disponible en <http://www.maestrosdelweb.com/editorial/web2/> (inédito). Consultado el 9 de Junio de 2008.
- 49.VALVERDE** Berracoso, Jesús (2003). *Diseño de Materiales Educativos Multimedia*. Disponible en http://www.unex.es/didactica/Tecnologia_Educativa/index.htm. Consultado el 19 de julio de 2009.
- 50.ALVAREZ**, Miguel Ángel (2001). *¿Qué es el Streaming?* Disponible en <http://www.desarrolloweb.com/articulos/482.php> (inédito). Consultado el 10 de Enero de 2007.
- 51.-----** (2004). *Lo Último del Mundo Blog: El Audioblogging*. Disponible en <http://www.terra.es/tecnologia/articulo/html/tec11636.htm> (inédito). Consultado en el 10 de enero de 2007.