

Comunicación e Inteligencia Artificial: Guía Práctica para la Elaboración de Podcasts Sonoros

Communication and Artificial Intelligence: Practical Guide for Creating Sound Podcasts

Edison Cristóbal Lalangui-Campoverde¹

Docente

edison.lalangui9491@utc.edu.ec

Milton Germánico Salazar-Guamán²

Egresado en Comunicación

milton.salazar9903@utc.edu.ec

Universidad Técnica de Cotopaxi
Latacunga, Ecuador

Resumen

En los últimos años, la Inteligencia Artificial [IA] ha ganado importancia en el campo de la comunicación debido a la facilidad para producir y difundir información. Sin embargo, no existen guías que permitan usar programas que faciliten la creación de podcasts con la ayuda de la IA. En tal sentido, el objetivo de este artículo se relacionó con presentar una guía práctica que se convierta en un elemento adecuado para la creación de podcasts sonoros, utilizando herramientas digitales de forma gratuita. En relación a la parte metodológica, se implementó la teoría fundamentada, a través de la revisión bibliográfica y la utilización de guías prácticas.

1 Magíster en Políticas de Comunicación con mención en Desarrollo Social. Docente universitario en la Universidad Técnica de Cotopaxi [UTC]. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3095-1371>

2 Egresado en Comunicación – Universidad Técnica de Cotopaxi [UTC]. ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-7207-2049>

De tal modo, se empleó el Software *Clipchamp*³, con el propósito de optimizar el tiempo en la creación de productos auditivos y diversificar el campo de la comunicación digital.

Palabras claves: inteligencia artificial, herramientas digitales, podcast, sonoridad

Abstract

In recent years, Artificial Intelligence (AI) has gained importance in the field of communication due to the ease of producing and disseminating information. However, there are no guides that allow you to use some programs that facilitate the creation of podcasts with the help of AI. In this sense, the objective of this article was related to present a practical guide that becomes an appropriate element for the creation of sound podcasts using digital tools free. In relation to the methodological part, the grounded theory was implemented through the bibliographic review and the use of practical guides. In this way, the Clipchamp Software was used, with the purpose of optimizing time in the creation of hearing products and diversifying the field of digital communication.

Keywords: Artificial intelligence, digital tools, podcast, sound

Introducción

Desde inicios del siglo pasado, la comunicación comenzó a ser de interés para diferentes investigadores en el campo de las Ciencias Sociales, debido al impacto en los *mass media*, consolidando así un tipo de poder discursivo

(Foucault, 1998; 2005) en el campo social. Luego, con el surgimiento de la radio y la televisión, la comunicación alcanzó niveles inimaginables en la interacción social. Igualmente, con la llegada de internet y el apareamiento de los medios *online*, adquirió un estatus transnacional. No obstante, esa idea hegemónica de que la comunicación es inherente a los medios de comunicación, se trastocó con las propuestas teóricas ligadas a la democratización (Bordenave, 1995) y las estructuras socioculturales (Martín, 2001; Vizer, 2003). Por lo tanto, los estudios sobre la comunicación incluyeron diferentes extensiones vivenciales de los seres humanos fuera del cubículo mediático. En la actualidad, se han desarrollado y consolidado otras formas de comunicación alternativa; como es el caso de los podcasts y su difusión en las redes sociales. De tal modo, se crea y distribuye contenido telemático sin limitaciones editoriales, comerciales y temporales. En ese contexto, irrumpe la Inteligencia Artificial [IA] como una nueva herramienta o máquina del futuro (Rouhiainen, 2018) que facilita, acelera y amplía la producción de sentidos sociales (Verón, 1993) en el terreno digital.

En consecuencia, es de interés para este artículo elaborar una guía práctica sobre cómo se puede realizar un podcast sonoro, utilizando programas gratuitos derivados de la inteligencia artificial; que –a nivel temporal y logístico– faciliten la creación de nuevos productos y fortalezcan el campo de la comunicación digital. Por consiguiente, este trabajo está organizado de la siguiente manera: en primera instancia, se aborda diferentes miradas sobre lo que representa la inteligencia artificial y su impacto a nivel

sociocultural; la segunda parte incorpora un recorrido sobre el podcast como parte de la comunicación alternativa; el tercer momento plantea el abordaje metodológico, anclado al enfoque cualitativo, dada la aplicación de la teoría fundamentada, a través de la revisión bibliográfica y guías temáticas sobre la estructura del podcast; finalmente, se comparte la realización de la guía y la justificación sobre la selección del software *Clipchamp*.

Inteligencia Artificial: Entre el Progreso Tecnológico y los Desafíos Éticos

Desde inicios de la segunda década del siglo en curso, uno de los ejes temáticos que ha ganado trascendencia social, económica y académica, ha sido la inteligencia artificial debido al impacto y las ventajas en las actividades que desarrolla el ser humano. No obstante, esta situación no es nueva para quienes –desde la década de los sesenta del siglo pasado– se relacionaron con el campo informático. Después de la Segunda Guerra Mundial, países como Estados Unidos y la Unión Soviética establecieron diferentes estrategias a nivel geopolítico con el propósito de liderar el mercado mundial e impulsar un tipo de ideología. Todos estos aspectos se desarrollaron con mayor visibilidad en el contexto de lo que se conoció como la Guerra Fría. Por lo tanto, la lucha se circunscribió al campo simbólico, cultural, político y tecnológico. Las dos naciones buscaban tener la hegemonía en los continentes a los que pertenecían, con anhelos de expandirse a otros territorios. Como resultado, uno de los elementos en lo que se concentraron de forma acelerada, fue el escenario de las tecnologías: informático y

comunicacional. Cada Estado invirtió recursos significativos en la investigación y el desarrollo de redes, softwares, entre otros aspectos.

Esta coyuntura estuvo presente hasta el ocaso de la Unión Soviética. Empero, el legado en el horizonte tecnológico no dejó de influenciar –de manera permanente– en las diferentes actividades ancladas al ser humano. Si antes la tecnología era aliada para contrarrestar ataques bélicos, hoy es una herramienta que lucha contra el tiempo. Es decir, el enemigo ya no es físico y tampoco ocupa un determinado espacio de forma transitoria. Ahora es simbólico y permanente, dado que las actividades se las ejecuta contrarreloj. El enemigo es abstracto y está en todas partes, particularmente, cuando se trata de cumplir con las solicitudes que exige el mundo laboral.

Por ejemplo, para el sector empresarial estadounidense, la materialización de la IA ha significado dinamizar y acelerar el campo de la producción y la atención al cliente, debido a la posición significativa en el horizonte tecnológico; un sistema legal en los derechos individuales y una red de alianzas interconectadas con diferentes empresas a nivel mundial. Del lado académico, el interés se ha centralizado en el impacto de la IA y los diferentes espacios que son inherentes al escenario educativo. Las reflexiones trascienden el territorio de las ventajas, para ubicarse en un perfil que permea lo ético y los desafíos que avanzan por un sendero dicotómico, cuyos protagonistas son: profesor–estudiante. Lo que, a su vez, representa y engloba los diferentes esquemas educativos que se establecen en cada

estructura social, donde: “el aprendizaje debe ser apoyado en herramientas y dispositivos que trabajen con IA, que respalde a dicho proceso y sea usado de mejor manera, tomando en cuenta los diferentes tipos de necesidades y aprendizajes para proponer mejores estrategias” (Dávila–Granda et al., 2024, p. 212). De forma complementaria, el interés –desde el campo académico sobre lo que cobija la IA– se relaciona con todas las disciplinas que ostentan un régimen de saber, particularmente, el mundo de las Ciencias Sociales y Ciencias Naturales. La razón se relaciona con el hecho que, desde estos campos, se producen nuevos conocimientos y sentidos de apropiación sobre lo que representa la realidad o el escenario investigativo. Territorio en el que participan y están activos los portavoces de las Ciencias Sociales, Ciencias Naturales, entre otras. A todo lo anterior hay que sumar o tener presente que –en los últimos años– la IA no solamente ha copado la espiritualidad académica o empresarial, sino “muchos aspectos de la vida, ya sea profesional o cotidiano, a tal punto que su utilidad es actualmente imprescindible” (Carbonell–García *et al.*, 2023, p. 8). O, en palabras de Manuel López Baroni (2019): “nos hallamos, en efecto, ante un hecho ciertamente singular, ya que nunca en la historia de la humanidad se ha podido recopilar tal volumen de información” (p. 10).

Por tal razón, el ser humano debe estar consciente del grado de responsabilidad que lo cubre, sobre todo, porque forma parte de un sistema tecnológico que no es unilateral, sino, correlacional en la información que se produce y difunde en redes sociales, blogs, entre otros. Igualmente, debe tener presente que su actuación está

circunscrita a la dinámica de emitir datos (Porcelli, 2020; Martínez-Ortega y Medina-Chicaiza, 2020), a través de los nuevos productos y servicios (Navarro et al., 2023) que se crean para el consumo, el entretenimiento y lo educativo. De la misma manera, el sujeto de acción en la construcción de nuevos sentidos sociales no está ligado exclusivamente al emisor, sino al receptor que –en dicho proceso– puede rechazar o criticar la forma en la que recibe o se presenta la información.

En otras palabras, la comunicación transaccional, que en el siglo pasado se basaba en ser un proceso dinámico y bidireccional, no desaparece, al contrario, se fortalece gracias a que la IA acelera y simplifica el tiempo en el proceso de negociación, permitiendo a los sujetos interactuar de forma activa y permanente. Sin estar atados a las cadenas del modelo vertical, en que el emisor ocupaba un peldaño estelar. La nueva estructura a nivel comunicacional, propone un nuevo orden de tipo horizontal y dialógico, debido a la mediación que se fomenta en los procesos de participación social: “la inteligencia artificial como concepción, está fundamentada en la resolución de problemas con la finalidad de imitar el comportamiento humano desde lo cognitivo, y no así, desde lo emocional” (González-Arencibia y Martínez-Cardero, 2020, p. 6).

En tal aspecto, la lógica que se establece se fundamenta en la parte racional del ser humano. Lo que significa legitimar las utilidades y los beneficios de la IA que se derivan de los postulados de la ciencia moderna como, por ejemplo: desfragmentar los problemas complejos en

componentes simples; plantear sistemas modelados bajo algoritmos; y crear estructuras telemáticas que exhiban nuevos comportamientos y propuestas emergentes, donde toda herramienta tecnológica que se desarrolla sea para disposición del ser humano.

De otro lado, si bien es cierto, la IA puede ayudar y facilitar procesos optimizando tiempo, acelerando y mejorando procesos de interacción social, también se debe aceptar que no es un sistema perfecto, en vista de que su capacidad no solamente gira alrededor de la producción de datos, sino en la mediación de pensamientos, deseos u objetivos que son inherentes a las personas. Lo que implica que los desafíos están articulados en el horizonte de la seguridad y privacidad de la información. Así como la credibilidad y confiabilidad de los datos que se obtienen y difunden en el campo telemático.

Igualmente, otro de los retos visibles tiene que ver con cómo evitar prácticas o principios que favorezcan la exclusión, discriminación o selección de ciertos grupos sociales, “no se debe caer en la eugenesia ni en el carácter darwinista, aportando sujetos superdotados gracias a la combinación de las técnicas de manipulación precoz de los que puedan ampliar su capacidad cognitiva” (Juri, 2021, p. 10). En otras palabras, se debe considerar a la IA como una nueva herramienta tecnológica, o como una extensión de la ciencia moderna, en beneficio de las prácticas sociales: “para así explotar las infinidad de posibilidades que trae el auge y crecimiento volumétrico de la inteligencia artificial de la mano con el desarrollo de aplicaciones en nuevos

campos que irán surgiendo en la medida que avancen las investigaciones” (Moreno–Padilla, 2019, p. 262).

Pero lo anterior no significa que deba existir una codependencia en todos los campos de producción, porque la consecuencia sería un reemplazo del ser humano en las actividades de tipo convencional que constantemente realiza. En algunos países como India, el reemplazo permanente es evidente, lo que significa que dicha situación problemática amplía el espectro del desempleo. Los avances tecnológicos están más inmersos en el espacio laboral...

pues cada puesto de trabajo funciona en su día a día junto con herramientas mucho más sofisticadas para el mejoramiento de su rendimiento. La inteligencia artificial (IA) como tecnología disruptiva, implica un cambio en el modelo de las relaciones laborales. (López–Estupiñán y Peña–Mesa, 2023, p. 1)

Por lo tanto, la propuesta ideal de quienes se cubren con el paraguas de la IA, se debería focalizar hacia el escenario constante de las capacitaciones sobre el uso de las nuevas tecnologías y la generación de nuevos contenidos (Carbonell–García et al., 2023). Más no, en creer que el desplazamiento humano es la mejor opción, para privilegiar el enfrascamiento de las ventajas y el uso de la IA de manera intrínseca con el modelo capitalista que se fundamenta en la constante producción del tiempo continuo: “La economía mercantil capitalista se ha convertido en la base de un nuevo tipo de vida, y tanto la legislación como la administración de la ciudad han inaugurado la política moderna” (Echeverría, 1998, p. 141).

En definitiva, en la actualidad –ya sea en el sendero de las ventajas o en el campo reflexivo–crítico sobre el uso de la IA– el ser humano está expuesto a interactuar con la tecnología para realizar algunas actividades que mejoren su desempeño (Núñez–Pinto, 2023). Así como también estar consciente de los riesgos a nivel laboral, económico o emocional que el uso excesivo y dependiente de la IA puede generar. Por eso, es indispensable que en el acceso a internet y en el uso de las nuevas tecnologías contemple varias perspectivas en las que están inmersos los grupos sociales: ventajas, oportunidades y retos (Martínez–Ortega y Medina–Chicaiza, 2020; Porcelli, 2020).

Podcast: Nuevos Sentidos Sociocomunicacionales

Desde la genealogía de los *Mass Media*, los diferentes actores sociales y políticos lucharon por un espacio que les permitiera difundir toda clase de mensajes sobre aspectos coyunturales o de interés personal. Igualmente, las agendas mediáticas establecieron e impusieron actores con un tipo de discurso sobre los acontecimientos locales o nacionales. De tal manera, los medios de comunicación de masas continúan teniendo una considerable importancia en las actuales sociedades, pues se convirtieron en una extensión del poder público, por su representación potencial en el ámbito del control social: “por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales; además, forman parte de una esfera en la que se dirimen asuntos de los sectores públicos, tanto nacionales como internacionales” (Cruz–Vilain, 2012, p.190).

Esto implicó una centralización de los ejes temáticos que difícilmente se consultaba a la audiencia. Dicha dinámica mediática se logró mantener por décadas. El rol de los espectadores se caracterizó por actuar como receptores de la información, sin la posibilidad de establecer una disputa discursiva en aquel territorio. En la mayoría de los países de América Latina, los estados y medios de comunicación privados mantuvieron una relación de subordinación, que repercutió en la imposibilidad de regular los contenidos. Esto no es nuevo, ya la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO], en 1976 decidió analizar los problemas que plantea la comunicación en la sociedad moderna.

Es así que nació la Comisión Internacional para el estudio de los problemas de la Comunicación [CIC], presidida en ese entonces, por el irlandés Sean MacBride; su informe (1980), para Peter Schenkel (1982), evidenció la concentración de medios y la verticalidad en la comunicación; los contrastes a nivel de infraestructura entre América Latina, Europa y Estados Unidos; la concentración de medios y verticalidad en la comunicación; la vinculación de los medios de comunicación con intereses comerciales; la dependencia y transculturización, es decir, el consumo de cine, novelas y la imposición de patrones políticos; las trabas a la libre circulación de información y la libertad de prensa (p. 82).

Es por eso que con el informe MacBride (1980), se permitió discutir a nivel mundial, la forma de cómo utilizaron –estratégicamente– la comunicación los países

denominados desarrollados. Y de qué manera esto benefició a grupos empresariales. Por otra parte, fueron esos resultados los que prepararon las condiciones para que no se cierre la reflexión sobre qué implicaciones o a quiénes se involucra en los procesos de democratizar la comunicación y cómo plantear políticas nacionales de comunicación.

Como consecuencia, en ese entonces, no existía la posibilidad de alterar el orden temático que se proponía desde las agendas mediáticas. Lo que implicó que aquellos contenidos rodeen la esfera pública y privada. Así pues, lo expuesto por los *Mass Media* se convirtió en un tema de discusión y participación ciudadana. El mismo sentido se estableció con los invitados o expertos que circulaban en la carretera mediática. Se los presentó como las voces autorizadas, legítimas y cubiertas de un saber que no puede ser discutible. En otras palabras, se fundamentó una verdad paralela al conocimiento científico.

De tal forma, pensar en escuchar nuevas voces ciudadanas resultaba ser un reto por la agenda predeterminada que no dejó de beneficiar a los actores que mantenían una afinidad política con la línea editorial del medio de comunicación. Lo que hacía más evidente que la participación de estos actores, sea semanal o mensual. Por tal motivo, el sistema solar mediático se caracterizó por la rotación de las mismas voces que transitaban de un medio a otro. En tal aspecto: “disponer de los medios de comunicación significa, en la actualidad, poseer un poder social, no tanto por el contenido que transmiten sino por el ambiente que crea, la atención y el mimetismo que despierta” (Castillo–Esparcia, 2011, p. 5).

No obstante, todo lo anterior –desde finales de los noventa del siglo pasado– se alteró con el surgimiento de internet, las radios por internet y la consolidación de YouTube, entre otras redes sociales. La razón es porque los medios de comunicación tradicionales no diversificaron los contenidos y la participación ciudadana, particularmente, el campo de la televisión y la prensa escrita. El rol que ha cumplido la radio se distancia o es la excepción con el involucramiento social desde las radios públicas y comunitarias que estuvieron presentes desde la genealogía radiofónica, sobre todo, en Europa y América Latina, respectivamente.

De hecho, el medio alternativo que consideraron las audiencias a nivel internacional para irrumpir con nuevas propuestas se relacionó con la radio en línea: “desde la llegada de Internet la participación vence el modelo jerárquico de emisión. El derecho a la comunicación es de todas y todos, y pese a las restricciones que pueda tener la red, la voz moderna difícilmente es acallada” (Rivera–Costales y Ballesteros–López, 2012, p. 21). De la misma manera, la vida cotidiana con la presencia de internet abarcó diversas plataformas que no han dejado de influir en la interacción humana: desde publicar una fotografía sobre lo que se realiza en el día, hasta producir contenidos de diferente tipología que traspasan la barrera local o nacional. Como resultado, se evidenció la consolidación de plataformas sociales como: Facebook, X –antes Twitter, YouTube, TikTok, entre otras. De tal modo, se ha logrado ampliar el horizonte de creadores–receptores de contenido: “el mejor ejemplo es YouTube, en el sentido de

que comenzó como parte de las iniciativas comunitarias e impulsadas por grupos de aficionados al video y la fotografía, pero luego fue absorbido por Google” (Lalangui-Campoverde, 2024, p. 75). En consecuencia, el surgimiento de internet y el afianzamiento de redes sociales han posibilitado que las personas busquen y propongan un nuevo escenario de apropiación y resignificación sobre el impacto de la comunicación a nivel social. Por tal razón, los nuevos espacios generan ejes temáticos contrahegemónicos al orden tradicional. Esto implica democratizar la palabra; incorporar nuevos actores y narrativas sociales. Sin estar sujetos a las limitaciones económicas, geográficas y editoriales de los medios tradicionales. Por ejemplo, los creadores de podcast que –con un dispositivo básico y conexión a internet– pueden grabar, producir y distribuir nuevos contenidos...

son una nueva posibilidad que, empleando el lenguaje y las características radiofónicas, consigue llegar a personas y grupos que, en un escenario copado por los medios de comunicación de masas tradicionales, no contaban con la posibilidad de convertirse en emisores. (Sánchez-Gutiérrez et al., 2021, p. 301)

Así, el podcast se transforma en una nueva herramienta para difundir contenidos anexados a un nuevo régimen de conocimiento y una nueva estructura tecnológica, dado que: “proviene de la contracción de la sigla en inglés POD [Public On Demand] y broadcast [transmisión]. Es decir, transmisión a demanda del público. Es la que indica que el término POD proviene de *iPod*, en relación con su portabilidad” (Canavire, 2023, p. 60). El nuevo espacio de

saber también se relaciona con la mezcla de entretenimiento y educación a través de: “nuevos archivos (podcasting activo) de forma colaborativa con el fin de luego utilizarlos para su propio aprendizaje, para el aprendizaje informal a través de aplicaciones móviles o incluso para el disfrute personal en los momentos de ocio” (Martín-Álvarez, 2014, p. 2). Entonces, el podcast se convierte en un potenciador de habilidades que le permiten al individuo extender su creatividad y posicionar su estilo (Barreiro-Zambrano, 2021). En este terreno digital, el lenguaje se transgrede por la informalidad y la coloquialidad. Igualmente, la performance, entendida como la puesta en escena por parte de creador de contenido, se nutre de la improvisación y el contacto directo con el espectador que espera el desarrollo o la propuesta, para –de inmediato– mostrar su satisfacción o descontento con lo que observó. En otras palabras, la interacción y rapidez con los elementos claves en la distribución del podcast.

Igualmente, según Moreno-Espinosa y Román-San-Miguel (2020), el podcast se caracteriza porque su uso se amplía a diferentes plataformas narrativas y ofrece la posibilidad de escuchar programas emitidos en clips, pero que no es información elaborada expresamente para ser transmitida, sino cortes de información que pertenecen a una programación de la radio convencional (Saborío-Taylor, 2018). En otras palabras, el podcast no es un elemento nuevo en las plataformas mediáticas, debido a que se nutre o tiene raíces con los programas radiales, cuya característica sigue siendo difundir historias. La genealogía de la radio, se basó desde la segunda década del siglo pasado, en

replicar los principales acontecimientos de una realidad determinada. O sea, el enfoque fue informativo.

Después se pensó en contenidos de corte educativo y político. No obstante, la consagración de la radio en la vida de las personas, no tuvo que ver con lo antes expuesto, sino con otros componentes o niveles: el primero relacionado con la música, dado que: “nos indigna, para reclamar el derecho. Nos suaviza, para mostrar ternura. La música nos trae recuerdos y también nos hace olvidar. La música nos entretiene, hace la vida más placentera” (López-Vigil, 2005, p. 216). Mientras que el segundo se correlacionó con el género dramático, ejemplificado en las radionovelas porque: “evoca ese pasado, adelanta ese futuro y pone ambos en el presente. Los representa. Tal vez por eso nos resulta un género tan próximo, tan familiar, porque imita la vida, recrea situaciones que hemos vivido o que quisiéramos vivir” (López-Vigil, 2005, p. 89). Los dos niveles se convirtieron en las extensiones de la vida cotidiana. En vista de que las personas realizaban sus actividades en compañía de melodías y la curiosidad por las historias dramatizadas que se acercan al campo onírico de los personajes. Aquello resignificaba el campo de la soledad y el entretenimiento. Empero, aquel placer auditivo estaba subordinado a la temporalidad y disposición de la emisora que ostentaba dicha parrilla de programación. Como oyente, no se tenía la posibilidad de acceder al contenido que se había presentado en un tiempo y espacio determinado.

Es por eso que, con la producción y difusión de los podcasts, la diferencia se fundamenta en que el acceso y el contenido está de forma permanente para que el usuario lo obtenga cada vez que quiera o necesite. Dado que es: “un archivo digital de audio, puede ser distribuido por Internet y está vinculado a sistemas de sindicación RSS que permiten su revisión automática y periódica. El contenido es variado, normalmente incluye conversaciones entre distintas personas y música” (Solano–Fernández y Sánchez–Vera, 2010. p. 125). En otras palabras, son los protocolos y el campo tecnológico los que permiten la distribución y publicación automática de manera digital y en línea, en consecuencia, de manera directa influye en todos los entornos sociales por la: “diversidad del pódcast en cuanto al género, formato, tiempo de duración y calidad del contenido que permite experimentar nuevas narrativas a partir de la exploración del mundo sonoro” (Garrido–Sacan et al., 2022, p. 11).

Metodología

Para la realización de este trabajo, se optó por utilizar un estudio de carácter cualitativo. De acuerdo con Cristina Pérez (2002): “la investigación cualitativa utiliza representaciones y discursos obtenidos en condiciones rigurosamente diseñadas para llegar al análisis y la interpretación de las unidades de sentido” (p. 2). Lo que significa que el campo cualitativo se aleja de las representaciones numéricas para adentrarse en los enunciados sociales como elementos poco cuantificables

(Krause, 1995; Sánchez-Silva, 2005; Monje, 2011; Moreno-Espinosa y Román-San-Miguel, 2020).

En relación al tipo de investigación, se tomó como referencia la teoría fundamentada, en vista de que es: “un método de investigación que busca en los datos emergentes en patrones integrados y categorizados a través de pasos, en un proceso de constante comparación” (De-La-Espriella y Gómez-Restrepo, 2020, p. 127). En tal aspecto, de los datos recogidos, se desprenden puntos claves para proponer nuevos conceptos, categorías y pasos que orientan el tema de investigación. Así, la propuesta gira alrededor de un escenario inductivo, en el que se descubre, desarrolla y verifica la correlación entre los datos, el análisis y la nueva propuesta teórica (Monje, 2011).

Con el fin de ampliar la teoría fundamentada, se utilizó la revisión bibliográfica, facilitando la comprensión de significados y permitiendo acceder a otros estudios sobre el tema de interés (Carmona, 2009; Sancho, 1990). Lo que desencadenó en la visualización de instructivos para la recopilación, sistematización y estructuración de la información y pasos que se deben seguir en la elaboración de una guía práctica (Centeno-Alayón, 2017; Cuesta-Benjumea, 2006). En otras palabras, se orientó que las instrucciones deben ser claras y específicas sobre cómo realizar una tarea o seguir un proceso determinado, dado que el propósito es ser funcional y comprensible para los usuarios. Teniendo presente el contexto anterior, de inmediato se pensó en un programa informático que sea

gratuito, de fácil aplicación, y que se derive de la IA. Como resultado, se optó por la utilización del *software Clipchamp*, debido a la sencillez técnica y gratuidad para el usuario. Su interfaz es intuitiva, en vista de que permite realizar tareas básicas como recortar, agregar texto y transiciones, sin complicaciones técnicas. Además, es para principiantes en la edición de audio y video. Fue creado por la empresa australiana homónima Clipchamp Pty Ltd en 2014. Se actualizó en 2016 y 2018. En 2021 fue adquirida por Microsoft.

Durante la selección, se realizaron grabaciones verbales por varios minutos; luego, se procedió a convertir el audio en texto, sin perder la fidelidad de los enunciados lingüísticos. Finalmente, se agrega que el software permite descargar y guardar el producto terminado en el ordenador o compartirlo a través de un enlace en línea.

Resultados

En los siguientes apartados, se presenta una guía práctica o didáctica que pretende ser un nuevo insumo para la creación de podcasts sonoros, utilizando la inteligencia artificial. Desde el momento en que se cuenta con un guion escrito, se transforma en un audio claro, entendible y listo para ser socializado como una nueva narrativa en los medios tradicionales, redes sociales o medios alternativos.

Figura 1

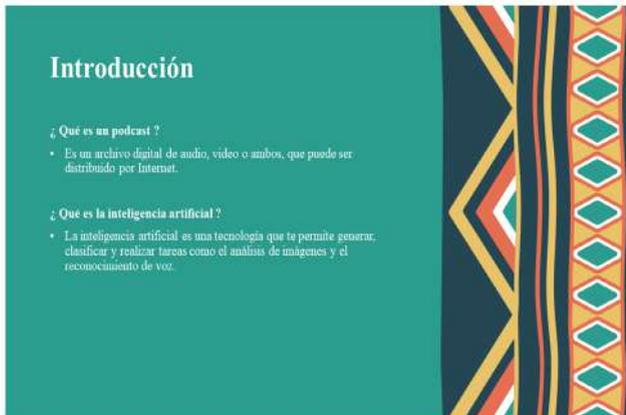
Guía para la elaboración de podcast sonoro



Nota: Elaboración propia

Figura 2

Introducción



Nota: Elaboración propia

Figura 3

Elementos de un podcast



Nota: Elaboración propia

Figura 4

Uso de la IA para la creación del podcast (1)



Nota: Elaboración propia

Figura 5

Uso de la IA para la creación del podcast (2)



Nota: Elaboración propia

Figura 6

Uso de la IA para la creación del podcast (3)



Nota: Elaboración propia

Figura 7

Uso de la IA para la creación del podcast (4)



311

Nota: Elaboración propia

Figura 8

Uso de la IA para la creación del podcast (5)



Nota: Elaboración propia

Figura 9

Uso de la IA para la creación del podcast (6)



Nota: Elaboración propia

Figura 10

Uso de la IA para la creación del podcast (7)



Nota: Elaboración propia

Figura 11

Uso de la IA para la creación del podcast (8)



Nota: Elaboración propia

Figura 12

Uso de la IA para la creación del podcast (9)



Nota: Elaboración propia

Figura 13

Uso de la IA para la creación del podcast (10)



Nota: Elaboración propia

Figura 14

Uso de la IA para la creación del podcast (11)



Nota: Elaboración propia

Conclusiones

La inteligencia artificial es una herramienta que –en los últimos años– ha dinamizado el horizonte de la temporalidad, por su eficiencia al momento de ejecutar acciones o tareas que normalmente llevaría mucho tiempo realizar. Por tal razón, la elaboración de los podcasts sonoros en el mundo de la comunicación digital no puede quedar rezagada de las nuevas tecnologías para su creación. Todo lo contrario, el interés debe estar anclado a la utilización por la facilidad, el alcance y la sencillez técnica. No obstante, sería riesgoso un apego cognitivo o emocional, como sucede con las redes sociales, en vista que puede influir en los patrones de pensamiento y en la forma en que las personas procesan la información. La situación problemática sería desarrollar una necesidad constante de sobreexposición a la información o una dependencia en la solución de cómo se debe realizar las actividades en las que se encuentra inmerso el ser humano.

Por su parte, *Clipchamp* es una herramienta impulsada por inteligencia artificial que facilita la creación de podcasts a partir de un guion, permitiendo la generación de audios mediante la función o transición de texto a voz. Esta opción ofrece la posibilidad de elegir entre diferentes voces, lo que permite personalizar el tono y la entrega del contenido. De tal forma, el uso de la IA es útil cuando surgen inconvenientes en la grabación, como la percepción de que la voz del creador no es adecuada para el mensaje que desea transmitir. Esta herramienta, además, se destaca por ser completamente gratuita, lo que la convierte en una

opción atractiva para creadores de contenido. En tal sentido, se debe aprovechar las ventajas logísticas y técnicas, sin considerar que sea la mejor y la una técnica para reducir el tiempo de preproducción. Dado que, si el usuario no cuenta con internet u ordenador, debería buscar otras opciones de orden telemático.

Por último, una guía sirve como un recurso de referencia rápida para resolver dudas, optimizar el uso de las funciones de texto a voz y explorar las opciones de personalización disponibles. Además, facilita la adopción para nuevos usuarios, al brindarles un recorrido guiado de cómo maximizar las capacidades de la herramienta; desde la generación de audio, hasta la integración en la narrativa multimedia. En definitiva, esta guía pretende ser un insumo práctico que facilite el acceso y dinamice el tiempo en el momento de realizar grabaciones textuales, para convertirlas en insumos sonoros como parte de la preproducción inherente a la estructuración de un *podcast*.

Referencias

- Barreiro–Zambrano, D. M. (2021). El Podcast en el desarrollo de la expresión oral. [Tesis de Maestría]. Universidad Tecnológica Indoamérica. <https://repositorio.uti.edu.ec/handle/123456789/2816>
- Bordenave, J. (1995). Democratización de la comunicación. En Cuadernos de Chasqui. Ecuador: Ediciones CIESPAL. <https://es.scribd.com/document/360882442/Democratizacion-de-La-Comunicacion-Juan-Diaz-Bordenave-Año-1995-Portaguarani>
- Canavire, V. B. (2023). Inteligencia artificial, cultura y educación: una plataforma latinoamericana de podcast para resguardar el patrimonio cultural. <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v13i21.1195>
- Carbonell–García, C., Burgos–Goicochea, S., Calderón de los Ríos, D., y Paredes Fernández, O. (2023). La Inteligencia Artificial en el contexto de la formación educativa. *Episteme Koinonía*, 6(12), 152–166. <https://doi.org/10.35381/e.k.v6i12.2547>
- Carmona, A. (2009). La investigación–acción en la enseñanza de la Física: un escenario idóneo para la formación y desarrollo profesional del profesorado. *Latin American Journal of Physics Education*, 3(2), 29. <http://dagcmkpagjlhakfdhnbomgmjdpkdklff/enhanced-reader.html?openApp&pdf=https%3A%2F%2Fdialnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3693175.pdf>

- Castillo-Esparcia, A. (2011). Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, medios de comunicación y sociedad. *Revista Razón y Palabra*, (75), 1-22. https://www.researchgate.net/publication/277267693_Los_medios_de_comunicacion_como_actores_sociales_y_politicos_Poder_medios_de_comunicacion_y_sociedad
- Centeno-Alayón, P. (2017). Una experiencia de estandarización utilizando el modelo ADDIE en la elaboración de guías temáticas. *E-Ciencias de la Información*, 7(1), 1-12. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/eci/v7n1/1659-4142-eci-7-01-00216.pdf>
- Cruz-Vilain, M. (2012). Los Medios Masivos de Comunicación y su papel en la construcción y deconstrucción de identidades: apuntes críticos para una reflexión inconclusa. *Revista Reflexiones*, (8-9), 189-199. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5704459.pdf>
- Cuesta-Benjumea, C. (2006). La teoría fundamentada como herramienta de análisis. *Cultura de los cuidados*, 20, 136-140. <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/876>
- Dávila-Granda, M., Muncha-Cofre, I., Guamanquispe-Rosero, F., y Jácome-Noroña, J. (2024). Inteligencia Artificial: ventajas y desventajas de su uso en el proceso de enseñanza aprendizaje. *Revista de Investigación Educativa y Deportiva MENTOR*, 3(7), 202-224. <https://doi.org/10.56200/mried.v3i7.7081>

- De-La-Espriella, R. y Gómez-Restrepo, C. (2020). Teoría fundamentada. *Revista colombiana de psiquiatría*, 49(2), 127-133. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S003474502020000200127&script=sci_arttext
- Echeverría, B. (1998). La modernidad de lo barroco: El ethos barroco y la estetización de la vida cotidiana. México: Era. <https://espai-marx.net/elsarbres/wp-content/uploads/2020/04/Echeverria-Bolivar-La-Modernidad-De-Lo-Barroco.pdf>
- Foucault, M. (2005). *El orden del discurso*. Fábula Tusquets. https://monoskop.org/images/5/5d/Foucault_Michel_El_orden_del_discurso_2005.pdf
- Foucault, M. (1998). El sujeto y el poder. En *Revista Mexicana de Sociología*, (3), 3-20, México. <https://perio.unlp.edu.ar/catedras/cdac/wp-content/uploads/sites/96/2020/03/T-FOUCAULT-El-sujeto-y-el-poder.pdf>
- Garrido-Sacan, J., Barreiro-Moreira, C. y Soria-Molina, P. (2022). El pódcast como recurso educacional con perspectiva de género en Educación Inicial. *Revista Mamakuna*, (19), 8-18. <https://revistas.unae.edu.ec/index.php/mamakuna/article/view/680>
- González-Arencibia, M. y Martínez-Cardero, D. (2020). Dilemas éticos en el escenario de la inteligencia artificial. *Economía y Sociedad*, 25(57), 93-109. <https://www.scielo.sa.cr/pdf/eys/v25n57/2215-3403-ey-25-57-93.pdf>

- Juri, Y. (2021). Inteligencia artificial y dignidad humana: Los desafíos para el derecho. *Revista Justicia & Derecho*, 4(2), 1–12. <https://revistas.uautonoma.cl/index.php/rjyd/article/view/1350/1137>
- Krause, M. (1995). La investigación cualitativa: un campo de posibilidades y desafíos. En *Revista Temas de Educación*, (7), 19–39. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w23896w/inv_cualitat_krause.pdf
- Lalangui-Campoverde, E. (2024). Discurso y redes sociales: ¿chamanismo o pseudochamanismo?. *Revista Científica De Ciencias Humanas Y Sociales RECIHYS*, 2(2), 73–81. <https://journal.espe.edu.ec/ojs/index.php/RECIHYS/article/view/3569>
- López-Baroni, M. (2019). Las narrativas de la inteligencia artificial. *Revista de Bioética y Derecho*, (46), 5–28. <https://scielo.isciii.es/pdf/bioetica/n46/1886-5887-bioetica-46-00005.pdf>
- López-Estupiñán, A. y Peña-Mesa, L. (2023). Inteligencia Artificial: el futuro del empleo. *Revista Lecciones Vitales*. <https://webcache.icesi.edu.co/revistas/index.php/rlv/article/view/6118/4670>
- López-Vigil, J. (2005). Manual urgente para radialistas apasionados. https://radioteca.net/media/uploads/manuales/2013_10/ManualUrgenteRadialistas.pdf
- MacBride, S. (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la comunicación. UNESCO. Fondo de Cultura Económica (México)/Unesco (París), 1ª edición 1980.

- Martín, J. (2001). Al sur de la modernidad: comunicación, globalización y multiculturalidad. Pittsburg: Instituto Internacional de Literatura Iberoamericana. <https://celacp.org/publicacion/al-sur-de-la-modernidad-comunicacion-globalizacion-y-multiculturalidad/>
- Martín-Álvarez, J. (2014). Diseño de un proyecto de Podcasting para la mejora de la expresión oral en la enseñanza de las lenguas. *Revista DIM: Didáctica, Innovación y Multimedia*, (28), 1–15. https://ddd.uab.cat/pub/dim/dim_a2014m3n28/dim_a2014m3n28a2.pdf
- Martínez-Ortega, A. y Medina-Chicaiza, R. (2020). Tecnologías en la inteligencia artificial para el Marketing: una revisión de la literatura. *Pro Sciences*, 4(30), 36–47. <https://core.ac.uk/download/pdf/287162093.pdf>
- Monje, C. (2011). Metodología de investigación cuantitativa y cualitativa: *Guía didáctica. Universidad Surcolombiana*. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Moreno-Espinosa, P. y Román-San-Miguel, A. (2020). Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatas a la información radiofónica de calidad. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 26 (1), 241–252. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/97218/67303-Texto%20del%20art%3%adculo-4564456578805-1-10-20200129.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Navarro, J. Pérez, Y., Bravo, D., y Núñez, M. (2023). Incidencias de la inteligencia artificial en la educación contemporánea. Comunicar: *Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, (77), 8–8. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9010092>
- Núñez–Pinto, L. (2023). Análisis sobre el uso de herramientas de Inteligencia artificial y su incidencia como aporte tecnológico en la educación. <http://repositorio.uts.edu.co:8080/xmlui/handle/123456789/14071>
- Moreno–Padilla, R. (2019). La llegada de la inteligencia artificial a la educación. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, 7(14), 260–270. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7242777>
- Pérez, C. (2002). Sobre la metodología cualitativa. *Revista española de salud pública*, 76, 373–380. https://www.scielosp.org/article/ssm/content/raw/?resource_ssm_path=/media/assets/resp/v76n5/editorial.pdf
- Porcelli, A. (2020). La inteligencia artificial y la robótica: sus dilemas sociales, éticos y jurídicos. *Derecho global. Estudios sobre derecho y justicia*, 6(16), 49–105. <https://www.scielo.org.mx/pdf/dgedj/v6n16/2448-5136-dgedj-6-16-49.pdf>
- Rivera–Costales, J. y Ballesteros–López, T. (2012). 100 claves para la radio en línea. Editorial Quipus, CIESPAL. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/55416.pdf>

- Rouhiainen, L. (2018). Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *Alienta Editorial*. 20–21. https://planetadelibrosec0.cdnstatics.com/libros_contenido_extra/40/39308_Inteligencia_artificial.pdf
- Saborío-Taylor, S. (2018). Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *INNOVACIONES EDUCATIVAS*, (29), 95–103. <https://revistas.uned.ac.cr/index.php/innovaciones/article/view/2254/2708>
- Sánchez–Silva, M. (2005). La metodología en la investigación cualitativa. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7413/1/REXTN-MS01-08-Sanchez.pdf>
- Sánchez–Gutiérrez, B., Rebollo–Bueno, S. y Sánchez–Ramos, M. (2021). “El podcast sobre el único feminismo sensato que existe”. Representación del feminismo radical en Radiojaputa. *Universidad de Sevilla*, 287–316. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8306605>
- Sancho, R. (1990). Indicadores bibliométricos utilizados en la evaluación de la ciencia y la tecnología. Revisión bibliográfica. *Revista española de documentación científica*, 13(4), 842–865. <https://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/1254>
- Schenkel, P. (1982). El Informe Mac Bride: entre la realidad y la utopía. *Flacso Andes*. (1), 80–86. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/15197>

- Solano–Fernández, I. y Sánchez–Vera, M. (2010).
Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast
educativo. Pixel–Bit. *Revista de Medios y Educación*,
(36), 125–139. [https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/
article/view/61340](https://recyt.fecyt.es/index.php/pixel/article/view/61340)
- Verón, E. (1993). *La semiosis social: Fragmentos de una teoría
de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Vizer, E. (2003). La trama (in)visible de la vida social:
comunicación, sentido y realidad. Buenos Aires: La
Crujía. [https://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/05/
vizer_tramainvisible.pdf](https://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/05/vizer_tramainvisible.pdf)