



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Filosofía

Tesis

***Ni bestias ni dioses: el podcast de filosofía como forma de cultura participativa***

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de

Maestro

Presenta:

Omar Najar Lara

Dirigido por:

Dra. Rosario Barba

Querétaro, Querétaro a 6 de Junio

La presente obra está bajo la licencia:  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>



CC BY-NC-ND 4.0 DEED

Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

### Usted es libre de:

**Compartir** — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato

La licenciante no puede revocar estas libertades en tanto usted siga los términos de la licencia

### Bajo los siguientes términos:



**Atribución** — Usted debe dar [crédito de manera adecuada](#), brindar un enlace a la licencia, e [indicar si se han realizado cambios](#). Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante.



**NoComercial** — Usted no puede hacer uso del material con [propósitos comerciales](#).



**SinDerivadas** — Si [remezcla, transforma o crea a partir](#) del material, no podrá distribuir el material modificado.

**No hay restricciones adicionales** — No puede aplicar términos legales ni [medidas tecnológicas](#) que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia.

### Avisos:

No tiene que cumplir con la licencia para elementos del material en el dominio público o cuando su uso esté permitido por una [excepción o limitación](#) aplicable.

No se dan garantías. La licencia podría no darle todos los permisos que necesita para el uso que tenga previsto. Por ejemplo, otros derechos como [publicidad, privacidad, o derechos morales](#) pueden limitar la forma en que utilice el material.



Universidad Autónoma de Querétaro

Facultad de Filosofía

Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada

Ni bestias ni dioses: el podcast de filosofía como forma de cultura participativa

Tesis

Que como parte de los requisitos para obtener el Grado de

Maestro en Filosofía Contemporánea Aplicada

Presenta

Omar Najjar Lara

Dirigida por:

Dra. Rosario Barba Gonzáles

Dra. Rosario Barba González

Presidente

Dr. Eduardo Manuel González de Luna

Secretario

Dr. Juan Francisco García Aguilar

Vocal

Dr. Juan Granados Valdez

Suplente

Mtra. Yazmín Elena Hernández Tisnado

Suplente

Centro Universitario, Querétaro, Querétaro

Junio, 2024, México

## **Resumen**

En este trabajo se presenta una investigación que pretende responder a distintas preguntas en torno al podcast como lo son su definición y su potencial como medio de comunicación. Por otro lado, se discute la divulgación y específicamente la divulgación de la filosofía. La pregunta principal es si un podcast de divulgación filosófica puede lograr una cultura participativa. Se realizó una revisión de casos notables de podcast dedicados a la divulgación de la filosofía que generó una caracterización sobre cualidades que pueden ayudar a propagar el contenido. Al tiempo, reflexiona sobre conceptos como la propia cultura participativa, la divulgación y la oralidad, conceptos claves que permitirán elaborar, mediante ciertas demarcaciones, un podcast con potencial de propagarse mediante una cultura participativa que genere interés e información en la filosofía contemporánea.

**Palabras clave:** podcast, divulgación, cultura participativa, oralidad, filosofía

## **Abstract**

This paper presents research that aims to answer different questions about a podcast, from its definition and its potential as a means of communication. On the other hand, it discusses the dissemination and specifically the dissemination of philosophy. The main question is whether a podcast of philosophical dissemination can achieve a participatory culture. A review of notable cases of podcasts dedicated to the dissemination of philosophy was carried out, which generated a characterization of qualities that can help propagate the content. At the same time, it reflects on concepts such as participatory culture itself, dissemination and orality, key concepts that will allow the development, through certain demarcations, of a podcast with the potential to be propagated through a participatory culture that generates interest and information about contemporary philosophy.

**Key words:** podcast, popularization, participatory culture, orality, philosophy

## **Dedicatoria**

A mis padres, mi hermana, maestros y amigos,  
que le dan significado a mi vida, sin ellos nada vale.

“Yo afirmo, muy al contrario: La vida es lo  
que es, frágil, pasajera, mortal, en efecto; no es una  
razón para renunciar a vivir; es una razón, por el  
contrario, y muy poderosa, para vivir más. Para  
vivir mejor.”

André Comte-Sponville

## **Agradecimientos**

Primero que nada, me gustaría agradecer a distintas personas e instituciones, que, de no ser por su apoyo, este proyecto de investigación jamás se hubiera llevado a cabo.

Gracias al CONAHCYT (Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías) por la beca otorgada los dos años anteriores, que me permitieron dedicar con más tiempo y esfuerzo la investigación que se presenta a continuación, sin este apoyo económico, este proyecto no existiría.

También quisiera agradecer a la Universidad Autónoma de Querétaro y a la Maestría en Filosofía Contemporánea Aplicada por el apoyo brindado, tanto por seleccionar mi proyecto, como por haber prestado sus instalaciones, servicios y atenciones educativas a mi persona. Sin duda alguna es ahora para mí un *alma mater* de la que puedo sentirme orgulloso y sin la que no hubiera podido concluir este proyecto de investigación y con la que ahora estoy a punto de convertirme en maestro.

Quiero agradecer a mi padre, madre, hermana, familia y amigos, puesto que siempre han sido un apoyo incondicional y fundamental en mi vida, sin la cual este proyecto no hubiera sido concebido de forma alguna.

Quiero agradecer a los lectores, sinodales, maestros, estudiantes y cualquier persona que vaya a leer este proyecto de investigación, espero pueda servir para ampliar la investigación respecto a este tema.

Finalmente, pero no menos importante, quiero agradecer a mi directora de tesis, la Dra. Rosario Barba. Gracias a su asesoría y tutoría este proyecto pudo concluirse de una forma satisfactoria de la que yo jamás hubiera imaginado. Su especial atención y dedicación a este proyecto hacen que me sienta profundamente agradecido y si el lector encuentra algo especial o relevante en este humilde proyecto de investigación puede dar por seguro que es por su asesoría y dedicación.

*“Somos como enanos sentados sobre los hombros de gigantes para ver más cosas que ellos y ver más lejos, no porque nuestra visión sea más aguda o nuestra estatura mayor, sino porque podemos elevarnos más alto gracias a su estatura de gigantes.”*

Juan de Salisbury

Muchas Gracias.

## Contenido

Introducción	1
Capítulo I. Pre-Producción. El podcast como herramienta de divulgación	5
El podcast como medio de divulgación	10
La arista comercial del podcast	14
El podcast para la divulgación desde la academia	17
La filosofía a través del podcast, casos de aplicación	19
La propuesta del podcast	24
Guía técnica de sonido	28
Capítulo II. Producción. La oralidad en el podcast	34
La oralidad como prótesis para la construcción de conocimiento	36
Oralidad como pensamiento plural	38
Oralidad Primaria, Secundaria y Terciaria	40
Capítulo III. Post-Producción. La construcción de una cultura participativa en torno al podcast	47
La filosofía aplicada: Ni Bestias ni Dioses	56
Los temas de Ni Bestias Ni Dioses	62
Conclusión	68
Bibliografía	71

Anexo 1. Evaluación comparativa de podcasts	1
Anexo 2. Guiones de los 5 primeros episodios de <i>Ni bestias ni dioses</i>	1
Guion 1	1
Guion 2	18
Guion 3	25
Guion 4	29

## **Introducción**

El propósito de esta investigación es la creación de un podcast de divulgación filosófica porque una serie de diferentes podcasts filosóficos fue lo que me motivó, no solo a querer cambiar el mundo para mejor, si no para dedicarme a la filosofía, por lo que pienso que si un podcast puede llegar a tener un impacto tan grande en la vida de alguien, puede entonces incentivar a las personas y comunidades, y quién sabe, quizá al mundo, a reflexionar y accionar en su propia cotidianidad o en las mejoras de su comunidad. En segundo lugar, soy licenciado en ingeniería en audio, dicha especialidad me brinda un conocimiento que me permitirá crear contenido de audio de manera profesional y adecuada, siendo así una buena oportunidad para poner en práctica esta multidisciplinariedad.

Más allá del ámbito personal, en tercer lugar, el podcast toma fuerza aprovechándose de la argumentación, la tensión entre conocimiento y la comunicación oral, concepto clave para superar procesos mecanicistas y su pertinencia en tanto dimensión cultural de la vida social que más adelante retomaremos.

En el primer capítulo nuestro cómo es que el podcast más que una herramienta adicional de algún medio se ha convertido en un medio de comunicación en sí mismo y que debido a características contextuales (en relación con la tecnología y la sociedad) se ha posicionado como un medio que logra audiencias similares o superiores a los medios de comunicación tradicionales, pero con un alcance similar o superior y una disposición sin precedentes. Esta democratización del contenido ha traído consigo posibilidades inconmensurables que le permite al usuario crear nichos específicos de gran audiencia y una posibilidad de reflexión muy particular en torno tanto a la intimidad que uno logra con el

podcaster, como con el proceso dialógico oral. Es por esta razón que he denominado al primer capítulo como *Preproducción*. La etapa de preproducción se realiza cuando se realiza un contenido o producto audiovisual en el que se planea y organiza ideas para saber que se quiere realizar y que se requiere para lograrlo. En este primer capítulo se hizo una investigación sobre que era el podcast, que ventajas y desventajas podría tener, que requería para realizarse, y si tenía el potencial de poder lograr nuestro cometido. Por tanto, este capítulo es esta etapa de planeación, no solo del producto como podcast, sino como etapa investigativa para la tesis.

En el segundo capítulo reflexiono en torno a la oralidad, específicamente aquella dada entre la audiencia y un podcaster, de manera que podamos determinar si esta oralidad puede ser una buena manera de hacer divulgación de la filosofía, ya que aunque la oralidad suele manifestarse con otros, la oralidad en la que se manifiesta el podcast, conocida como oralidad secundaria o terciaria; es decir aquella mediada, percibida y creada por la tecnología, se manifiesta sin otro, al menos en el sentido de una ausencia presencial, lo que para algunos puede llevar a pensar que este proceso carece de una dialéctica o de una creación de conocimiento adecuada o suficiente. Se defiende entonces que la oralidad como tecnología puede sin duda alguna llegar a crear y transmitir conocimientos con ciertas particularidades que le permiten lograr ciertos objetivos y procesos que otros métodos como la oralidad tradicional o la escritura sencillamente no podrían.

El segundo capítulo se llama Producción, ya que cuando pensado todo, toca ahora producir eso planeado, y la oralidad es la herramienta clave con la que se lleva todo acabado, al fin y al cabo, no hay podcast que pueda existir sin este valioso recurso.

En el tercer capítulo reflexionamos sobre cómo es posible que la divulgación de algún material o contenido lograra cambios sustanciales en las comunidades de las personas. La cultura participativa de Henry Jenkins parece darnos un buen indicio de que las comunidades digitales ya logran estos cambios alrededor del mundo por medio de la cooperación mutua, la enseñanza, la creación de redes de apoyo y la colaboración con un tema o contenido que les da un sentido de identidad y pertenencia en sus sociedades. Estas culturas en donde sus integrantes se perciben como agentes activos buscan constantemente colaborar y participar desde lo cotidiano hasta lo colectivo en diferentes circunstancias y eventos que puedan plantear cambios.

Así, el tercer y último capítulo se denomina Postproducción, porque es la etapa en que se realizan las añadiduras y los cambios necesarios en el producto crudo ya realizado, pero no homologado ni terminado. Es por ello por lo que la cultura participativa será reconocida como aquellas características que se irán implementando, quitando y renovando conforme el estreno del podcast, que esperemos acaben por perfeccionar el producto final como propiamente un medio de comunicación hacia una audiencia interesada y activa en torno a la filosofía.

En conclusión, la creación del podcast "Ni Dioses ni Bestias" se presenta como un proyecto pertinente en el panorama de la divulgación filosófica contemporánea. La inspiración derivada de experiencias personales, respaldada por una formación en ingeniería en audio, ha guiado la planificación y producción de este medio de comunicación. A través de una reflexión ordenada en los tres capítulos, se explora el podcast como un medio autónomo de comunicación, destacando su democratización del contenido y la peculiaridad

de la oralidad mediada por la tecnología. Además, se examina la capacidad del podcast para fomentar la cooperación, enseñanza y colaboración en torno a la filosofía. Bajo los términos de preproducción, producción y postproducción, se traza un camino metodológico y creativo para llevar a cabo este proyecto, reconocido como un medio dinámico que se ajustará y evolucionará con la participación de una audiencia interesada en explorar la filosofía. La conjugación de la tecnología, la oralidad y la cultura participativa configuran al podcast como un medio idóneo para la aplicación y difusión de la filosofía en la sociedad contemporánea.

## Capítulo I.

### Pre-Producción. El podcast como herramienta de divulgación

El *podcasting* fue un sistema de distribución desarrollado originalmente para compartir trabajos no realizados por profesionales de la radio. Las condiciones tecnológicas y culturales de RSS que hoy en día permiten la existencia del *podcasting* fueron desarrollados por Dave Winer, quien afirma que estaba destinado a ser un espacio para “amateurs” y no para expertos o profesionales.

Las condiciones que facilitan la distribución de contenido menos experto son las mismas que posibilitan el distanciamiento de los filtros editoriales e intereses del mercado. Esto describe una democratización del contenido que se vincula con las características mismas del formato. Entre otras, porque no pasan por filtros de editoriales o radio y pueden ser creados con cualquiera con la iniciativa de hacerlo.

El podcast se caracteriza por ser un medio que nutre de conocimientos con diferentes posturas, ideas y argumentos, de esta manera, se pone a circular intereses que pudieran obedecer a una dinámica global. Ahora bien, estos archivos de audio inicialmente conllevan a describir lo que acontece en el entorno inmediato, de esta manera funciona para poner en circulación diferentes representaciones del mundo, al incluir diferentes perspectivas, percepciones, sentimientos, argumentaciones e incluso, resoluciones de dilemas éticos en la divulgación, etc. Tales circunstancias describen una democratización de la creación de contenido y la pone al alcance de creadores con diferentes niveles de *expertise* y conocimiento. Son estas características las que abren un espacio para generar un podcast de divulgación de la filosofía.

El podcast es un programa en formato de audio destinado a abordar diversas temáticas como cine, deportes, educación, televisión, ciencia y política (Luiz & Assis, 2010, en línea). Este formato de contenido se presenta como un archivo de audio comprimido al ser subido en línea, facilitando su almacenamiento en plataformas de streaming mediante un código RSS Feed. Plataformas como Spotify o Apple Podcast utilizan este método, evitando así la necesidad de almacenar el contenido y optimizando la organización y distribución de archivos.

El podcast se distingue por ser de consumo individual y bajo demanda, permitiendo a los oyentes seleccionar y consumir programas de manera autónoma, sin restricciones de horarios o frecuencias específicas. En comparación con la radio, el podcast favorece un consumo asíncrono y aleatorio, donde la audiencia elige qué escuchar y cuándo hacerlo, generalmente requerido solo acceso a internet.

Este formato brinda una oportunidad para la creación de contenido sin pasar por filtros y revisiones de radios y editoriales. La flexibilidad y la falta relativa de escrutinio editorial en la producción del podcast lo diferencian de la radio, fomentando atmósferas conversacionales, informales y personales (Berry, 2018).

Además, el podcast posibilita la creación de contenido para nichos específicos, escapando de las limitaciones impuestas por editoriales y radios centradas en la rentabilidad y preferencias mayoritarias. La apertura a la especialización se convierte en una expresión de inclusión tanto para productores como oyentes.

La relación entre la radio e internet, donde se reproducen los podcasts, se presenta como una asociación ventajosa. La globalización de la tecnología ha permitido la

convergencia de medios, desmitificando la percepción errónea de que el podcast destruiría inevitablemente otros medios como el periódico y la radio. En cambio, ha llevado a la revitalización de la radio en todo el mundo.

La nueva producción de formatos como el podcast no se concibe como una revolución, sino como una convergencia natural de medios. La escritura no eliminó la palabra hablada, y la televisión no aniquiló la radio; en cambio, cada medio se vio obligado a coexistir con otro (Jenkins, 2015).

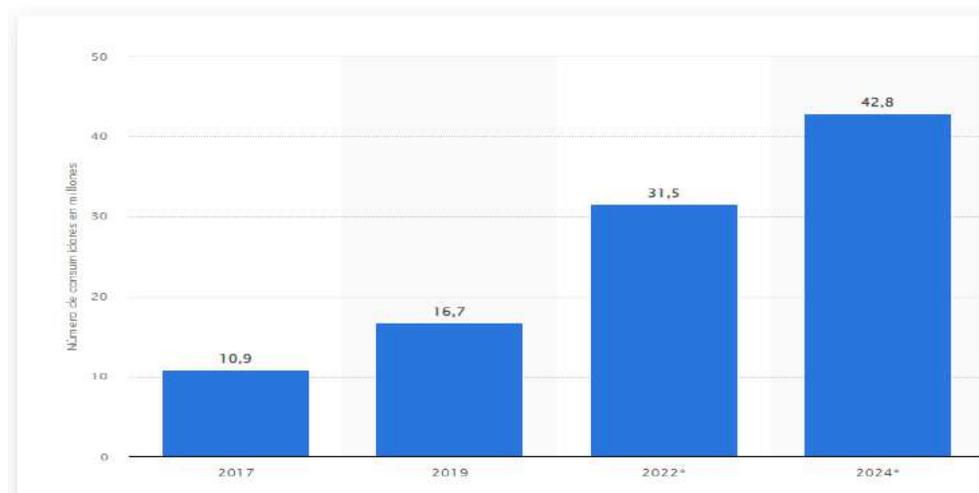
Es crucial abordar el podcast no como una simple actualización de la radio, sino como un formato independiente y novedoso. Aunque comparten similitudes en procesos e ideas, no se debe equiparar un podcast con un programa de radio de la misma manera que no se compararía un video de YouTube con un programa de televisión. Es necesario adoptar una perspectiva contemporánea y reconocer al podcast como un medio único y diferenciado.

En este sentido, se considera como un medio pertinente para la divulgación debido a la lo extendido de su consumo. De acuerdo con el *Global Entertainment and Media Outlook*, se prevé un incremento de escuchas de podcast en México de hasta 34 millones de personas para el 2022 y tan solo de 2020 a 2021 hubo un incremento de 22 millones de personas escuchando un podcast a 28 millones de personas, además una de cada cinco personas que escuchan algún podcast en Estados Unidos y América Latina es mexicano de acuerdo con la encuesta Pod 2021.

La audiencia del podcast se ha incrementado en los últimos años, de tener 10.9 millones de consumidores en 2017, a 31.5 millones en 2022 y se espera un incremento para el 2024 de hasta 42.8 millones. (Gráfica 1)

## Gráfica 1

*Crecimiento en las audiencias del podcast 2017-2022*



*Nota.* Tomado de: *2020 el año del podcast (p.1)*, por Soto, 2020, *El Economista*.

Después de la música, el podcast es el formato de audio digital más escuchado hoy (Gráfica 2).

## Gráfica 2

### Formatos de audio con los que más conviven los internautas



Nota. Tomado de: *Estudio de Audio Digital 2022* (p.6) por IAB México, 2022, IAB México.

Todo esto muestra un panorama muy optimista para realizar un podcast sobre filosofía, el alcance a diferentes audiencias, el incremento de usuarios, la democratización de contenido, la libertad creativa y de formato, la urgencia de una filosofía aplicada, y los nichos tan específicos que pueden haber y aun así generar una audiencia grande nos dan más que razones suficientes para experimentar con un formato como el podcast, que apuesta por la oralidad como una manifestación diferente de acercamiento al conocimiento y a nuevas maneras de aprender.

El podcast se ha convertido en una poderosa herramienta de comunicación, educación, entretenimiento, divulgación, de negocio, publicidad y un sinnúmero de usos, su poder

yace en la descentralización que tiene de los medios grandes tradicionales, pero con el potencial de alcanzar audiencias similares o mayores. Por lo tanto, se le ha involucrado en proyectos de divulgación, como formato que comparte el conocimiento con audiencias más amplias y como fuente de estudios sobre formas actuales de divulgación

### **El podcast como medio de divulgación**

Dentro de los proyectos que aprovechan al podcast como vía para ampliar el público con el que se comparte el conocimiento, destaca la galería Podcast, de la Universidad Presbiteriana Mackenzie, línea de investigación Educación, Arte e Historia de Cultura (EAHC). Este proyecto abarca cuatro programas con una diversidad de temas, en formato de entrevistas con expertos en humanidades en la línea de investigación, educación, arte e historia de la cultura. La conductora fue Lenize Villaca Cardoso, periodista y experta en estas disciplinas. Además del producto auditivo, se integró el libro con la sistematización de la experiencia que enfatiza la relevancia del medio.

La estructura de los episodios empieza por abrir con el currículum de cada entrevistado para hacer tres preguntas sobre un texto del autor leído y, finalmente, por qué el oyente debería estar interesado en dicho tema, la duración de cada capítulo oscila entre cinco a diez minutos de duración máxima.

El primer podcast se tituló *Narrativas transmedia: Conceptos y pequeñas disonancias*. La entrevista con Marcia María Arco y Flexa Ferreira da Costa discutió el trabajo académico del Dr. de Vitor Lopes Resende. El segundo, *Convergencia de medios en Henry Jenkins, Lucia Santaella y Carlos A. Scolari*, entrevistó a Luciana Oliveira Ferraz. La tercera entrega se tituló *Cuéntame una historia: Storytelling para crear cerebros de impacto*

por Jen Beeman, con Eduardo Hofling Milani, se discutió la historia como factor de impacto. El último incluye la participación de Dângela Nunes Abiorana para discutir la visualización y la proyección desde el manifiesto de Alexis Anastasiou.

En un sentido similar, el libro *Podcasting new aura cultures and digital media* Linares, Berry, Fox y otros autores discuten el surgimiento, uso, poder, justificación y otra serie de cuestiones del podcast como herramienta en la educación, divulgación, generación de conocimiento, etc., en el área de humanidades, por esta razón se expondrán algunos de estos capítulos como antecedentes del podcast en humanidades.

Este trabajo es la primera colección interdisciplinaria de trabajo académico que analiza la definición, estatus, prácticas, e implicaciones del podcast, reúne diferentes investigadores académicos, practicantes, estudiantes y otros para su realización, entre ellos se encuentran figuras como Richard Berry, profesor titular de radio en la Universidad de Sunderland. Ha publicado trabajos sobre diferentes aspectos de la intersección entre radio/medios de audio y nuevas tecnologías. Su ensayo de 2006 *Podcasting 'Will iPod Kill the Radio Star?'* Se ha convertido en parte de la base sobre la que se han construido estudios posteriores sobre *podcasting*.

El libro es una colección de trabajos académicos interdisciplinarios para mostrar el potencial del podcast como medio en sí mismo, para amalgamar la profundidad y rigor de la investigación académica con la inmediatez, apertura y poder de distribución de internet. Destaca la posibilidad de que el sonido y el texto del podcast fomente una revitalización de la dialéctica, una posibilidad nueva para intercambiar ideas, que vaya más allá de lo que es posible únicamente en escrito, el podcast usa a su favor algo fundamental sobre la

comunicación oral: el argumento, además el podcast usa las ventajas que ya conocemos del internet pero también parece contrarrestar algunas desventajas de este, el espacio de los podcasts genera un foro de discusión que no está definido por la cultura de la reacción instantánea, el reduccionismo de los fragmentos de sonido y las calumnias anónimas.

Las cualidades que resaltan los autores incluyen la fracturación de los formatos, la variedad de temas, géneros, intereses, etc., la flexibilidad para escuchar fueron inspiración para crear este compilado. También la relativa falta de escrutinio editorial y formal en la producción revela a este medio como algo diferente, radical y culturalmente más urgente que la radio. Por otro lado, los requerimientos tecnológicos del medio fomentan una autonomía que resulta inevitablemente en atmósferas conversacionales, informales, personales e incluso solidarias.

Esta autonomía genera la creación de espacios para contenido mucho más especializado y de culto que atiende a las culturas de interés más idiosincrásicas, lo que permite una apertura a la inclusión tanto para productores como oyentes, no importa que tan diferente, raro o especializado sea tu podcast, siempre habrá un podcast para ti o siempre habrá relativamente poco que te impida realizar tu podcast, creando una cultura del podcast sumamente personal y comunitaria lo que genera una sensación de conexión muy profunda, cosa que podría explicar la fascinación de los últimos años por el podcast.

Finalmente se destaca lo irónico que puede ser escribir sobre el potencial de este nuevo medio y en lugar de realizarlo en podcast. Pero no niegan que mientras la cultura está cambiando, no ha cambiado del todo, la palabra escrita sigue siendo la dominante, sino que también es vital para abordar con todas las culturas.

En el segundo capítulo, Berry aclara que el podcast no pretende reemplazar, radicalizar o reinventar la radio, que ha generado su identidad como medio, ya que se ha definido a ella, a evolucionar con el tiempo dentro de sus propios parámetros, tiene una sostenibilidad económica, etcétera al ofrecer un puente entre la radio del pasado y las nuevas formas de distribución digital móvil.

Esto se debió en principio por la desincronización que siempre se ha tenido entre el factor innovación y la expectativa que se entrelaza con tecnologías para la distribución y el consumo. Como sostienen Morris y Patterson, “El *podcasting* no está limitado ni definido por sus tecnologías. Más bien, es un conjunto específico de prácticas y significado cultural” (2015, p. 221)

Estos dos trabajos dejan claro que el podcast supera las ventajas y desventajas del resto de medios en línea. Por un lado, utiliza y supera las ventajas al escapar de una corta durabilidad, y beneficiarse de los usos del internet, como la instantaneidad, la rapidez, la democratización, el bajo costo para acceder a estos, etc. Al mismo tiempo logra escapar de las desventajas de los demás modelos en línea como la reacción instantánea, el reduccionismo de los fragmentos de sonido y las calumnias anónimas.

Esto lo coloca como un medio atractivo que, aunque no está establecido y no es el medio dominante, sí puede convertirse en un medio más popular, ya que este escapa de la radio por su fracturación con formatos, temas, reglas, supervisiones, mientras que sus requerimientos tecnológicos permiten democratizar tanto de contenido como de creadores y audiencia y fomentan una autonomía que nos permite una cercanía personal sin precedentes.

Así, se concluye que las características del formato como fuente de su valor. Una de las grandes ventajas del podcast es que pueden ser tan largos como una cuerda nos dice el autor, o sea, que no tiene una maqueta dada, al contrario, esto da oportunidad a los productores de audio de moldear esta maqueta, no tienen que adaptar un producto a una duración específica con un formato específico, deciden la duración, formato, contenido, etc., por lo que no se adapta al molde y se adapta a nuestra narrativa, creatividad, formato propio, etc. (McHugh, 2016)

### ***La arista comercial del podcast***

A tiempo que se destaca el potencial para la distribución del conocimiento, se vislumbra una inclinación hacia la producción comercial. Por caso ejemplar, Joe Rogan Experience, el podcast más popular de los Estados Unidos, de género conversacional y de entretenimiento, tiene 190 millones de descargas al año y fue adquirido por Spotify en mayo por alrededor de US \$100 millones (A \$140 millones).

La inversión conocida de Spotify en la adquisición de podcasts en los últimos 18 meses asciende a alrededor de US\$696 millones (975 millones de dólares australianos). Esta cifra no incluye el precio desconocido que Spotify ha pagado en acuerdos con los Obamas y Kim Kardashian West para producir programas originales, ni el dinero que Spotify está invirtiendo en casa (McHugh, 2020, p. 5)

Esto ha dividido la opinión de los creadores de podcasts. Por un lado, se favorece la valoración monetaria del trabajo de divulgación de la cultura. Esto permite la profesionalización y la dedicación de tiempo completo a los creadores, generando buenas cantidades de dinero. Por otro lado, esto puede percibirse como una adquisición hostil por

parte de la plataforma, en donde solo queda preguntarse por la famosa democratización de los podcasts. Esto se suma a las condiciones que facilitan que los principales beneficiarios de la generación de contenido sean las plataformas.

Durante el tiempo de crecimiento de los podcasts, algo que los ha caracterizado ha sido la autenticidad de sus creadores y la relación íntima que estos generan con el público al hablar directamente. La intimidad y aprecio se genera por la percepción de un lazo de confianza, cercanía y vulnerabilidad al exponerse con cualquier tema. El intento que viene por obtener solo ganancias podría poner en riesgo esta sensación que caracteriza al podcast.

Para la construcción de esta impresión, además de la autenticidad, el podcast incorpora cualidades como reportes inmersivos, escenas sugerentes, escritura y un punto de vista subjetivo. En ello pueden asemejarse al periodismo literario, una poética narrativa o al género de audio narrativo. A esta característica puede darse mal uso por desconocimiento de cómo funciona este medio que está siendo objeto de un escrutinio académico cada vez mayor.

De esta forma se apunta a que, con el rápido crecimiento de la industria, los productores temen que las fuerzas del mercado puedan eliminar la creatividad e innovación que tanto ha caracterizado al podcast. Llama la atención los casos y situaciones que el podcast ha transformado de múltiples formas, por poner algunos ejemplos podemos hablar del podcast *The Bowraville Murders*, producida por *The Australian Newspaper*, en el que el *podcaster* novato Dan Box investiga los asesinatos sin resolver de tres niños aborígenes de un pequeño pueblo que lleva abierto 25 años. Se trata de una producción que generó una reacción viral que sorprendió a su creador, que puede asociarse con la capacidad sonora para transmitir y evocar emociones, empatía, intimidad y subjetividad del podcast.

Otro caso destacado es el de la presentadora Sarah Koenig, quien durante doce semanas usó una mezcla de narrativas personales y periodismo de investigación presentado en un estilo de conversación casual para examinar el caso contra Adnan Syed, un estudiante de preparatoria que había sido sentenciado por asesinar a su novia Min Lee. En una innovación arriesgada, la serie se lanzó sin un final concluyente.

En la breve serie de podcast se invitó a los oyentes para virar con Koenig a través de la evidencia que se desarrolló. La exposición fue calificada como un proceso transparente de periodismo que deja ver los enigmas éticos del género. Esto le valió a Koenig aparecer en la portada de la revista Time y ser el primer podcast de la historia en ganar el premio *Peabody*.

Ambos casos describen la problemática del podcast como un medio que sigue creciendo y que apenas parece consolidarse, en tensión entre las fuerzas del mercado, la regularización, la estandarización, el monopolio de contenido y la democratización, la espontaneidad, la intimidad, la irrupción, la autenticidad.

Estos antecedentes muestran que el podcast depende principalmente de su autenticidad y libertad creativa dicha que permite experimentar con múltiples formatos, subjetividades, temas y posibilidad de inmersión que hacen del podcast una experiencia única. Se sugiere que su poder democratizador no solo permite la diversidad y especialización única, sino que además permite romper la barrera oyente pasivo y creador activo y finalmente su intimidad y autenticidad que permite y genera una cercanía, empatía, acercamiento y vulnerabilidad única con el *podcaster*.

El análisis de las plataformas por el potencial de compra y monetización, como sucede para otros formatos, significaría replicar formatos cuantitativos, formatos, duración y

temas según mediciones de audiencia y, con ello, sacrificar los rasgos cualitativos; intimidad, subjetividad y espontaneidad.

La comercialización del podcast puede ser un arma de doble filo, pone en peligro la democratización que permite este medio. por otro lado también otorga la capacidad a los creadores de sustentarse de esta actividad, lo que permite profesionalizar su creación, en este sentido permite desarrollar podcasts con un potente compromiso social, que no solo democratice el contenido si no que sea activamente beneficioso de manera social a los escuchas, en este sentido, el podcast puede adquirir un matiz político vinculado con el compromiso social en diferentes áreas como un periodismo más ético, una visualización de casos e investigaciones, acercamiento a políticos y empresarios de maneras más personales e íntimas, es decir ¿puede ser el uso de podcast una provocación para una *vita activa*<sup>1</sup> (Arendt, 1958, p.277) Parece ser que el podcast tiene el potencial entonces de crear vínculos más cercanos con nuestras comunidades y sus problemas que permitan la participación de dichas comunidades.

### ***El podcast para la divulgación desde la academia***

Finalmente se retratan los resultados de el abordaje del podcast desde bibliografía académica. Entre otros, desde el campo de las humanidades digitales, el texto *Digital Humanities and Social Justice: a UO podcast*, de Berens (2017) en el repositorio de la Universidad del estado de Portland. El artículo detalla algunos de los temas principales del

---

<sup>1</sup> Término que refiere a la única actividad que se da entre las personas sin la mediación de cosas o materia, corresponde a la condición humana de la pluralidad, al hecho de que los humanos vivan en la tierra y habiten el mundo.

panel en la convención de Modern Language Association 2017, *DH 101: Revisiting the Introduction to Digital Humanities Course*. En él se abordaron algunos temas como estrategias para el uso de herramientas digitales en la enseñanza de poblaciones desfavorecidas, la importancia de los adjuntos en las humanidades digitales y cómo las humanidades digitales pueden ampliar el acceso a oportunidades para estudiantes diversos.

El ítem, que no estaba disponible, se solicitó a la autora por correo electrónico. En el proceso, la autora recomendó una base de recursos<sup>2</sup> vinculados con las humanidades digitales que resultan interesantes para la indagación de esta investigación.

1.-Este podcast cubre estilometría, mapeo digital, historia espacial, visualización de redes y herramientas diseñadas específicamente para estudios de Asia oriental.

2.-La primera serie consta de entrevistas con académicos que trabajan en una variedad de disciplinas, pero que tienen un elemento de humanidades digitales en su trabajo. La segunda serie ha sido rebautizada como '*Dream Lab*' y, en lugar de centrarse en investigadores específicos, explora temas centrales y pistas del trabajo de DH, como la pedagogía digital, los datos ordenados y el afrofuturismo.

3.-Este podcast presenta entrevistas entre alguien que es investigador de DH y muchos entrevistados que también son investigadores de DH. Co-organizado por Roopika Risam y Mary Churchill, *Rocking the Academy* se enfoca en brindar diversas experiencias para interrumpir la academia desde adentro. Hay discusiones frecuentes sobre proyectos, herramientas y libros de DH escritos por DH-ers. Pero lo más importante es que es una buena

---

<sup>2</sup> <https://dhcommons.hypotheses.org/451>

manera de imaginar cómo incorporaría un aspecto de la justicia social a nuestro trabajo como investigadores, y que la academia sea más representativa de varios puntos de vista.

4.-Este podcast presenta discusiones sobre talleres e iniciativas en curso específicamente en Brock, aunque toca muchos temas que son relevantes para los investigadores en todo el espectro del trabajo de DH.

5.-Este tiene un número manejable de episodios: seis. Este podcast fue una colaboración entre el Dr. Caroline Boswell, profesora de *Humanidades e historia europea*, y Rachel Scray, estudiante de *Historia, humanidades públicas y digitales* y *Gestión de las artes* en la Universidad de Wisconsin-Green Bay.

La autora también recomendó el Podcast de *Price Lab*. Es una serie enfocada en las personas que están construyendo, usando y criticando las herramientas y técnicas digitales que transforman las humanidades. En cada episodio, *Price Lab* hablará con un académico diferente sobre su trabajo y las herramientas y recursos digitales que dan forma a su investigación y pedagogía.

### **La filosofía a través del podcast, casos de aplicación**

Dentro de los antecedentes al podcast que se propone, finalmente se realizó un mapeo sobre podcasts de filosofía de las plataformas más escuchadas, *Spotify* y *Apple Podcast*. El objetivo fue analizar las tendencias de preferencias para orientar la producción de la propuesta. Para seleccionarlos, realizó una búsqueda manual y el uso de *Chartable*, página que permite realizar una búsqueda de los *tops* más escuchados de plataformas de *streaming* tales como *Spotify* y *Apple Podcast*.

Un primer resultado evidencia que no existe la categoría de Filosofía en ninguna de las plataformas. Ambas incluyen la temática dentro de la categoría *Sociedad y Cultura*. Cabe mencionar que, a marzo de 2022, dentro de los 20 podcasts más escuchados de la categoría no se encuentra ningún proyecto relacionado con la filosofía. La página *Chartable* tampoco pudo confirmar esto, debido a que está filtra la información de acuerdo con las categorías existentes de cada plataforma y como la categoría filosofía fue entonces una tarea imposible realizar dicha búsqueda.

Esto apunta a un segundo hallazgo sobre el poco interés o insuficiente material como para crear una categoría específica. Por otro lado, muestra que las personas tienen una vaga idea de lo que es filosofía. En consecuencia, lo que aparece en los tops de sociedad y cultura son podcasts de chismes, espiritualidad, coaching motivacional, e *influencers*.

Frente a esta limitación se realizó una búsqueda manual en la barra del buscador escribiendo la palabra filosofía. Esta búsqueda devolvió veintiún resultados seleccionados por la plataforma, aunque no es claro el criterio de selección para generar esta muestra. Con esta muestra se realizó un desglose según nueve categorías de análisis (anexo 1).

A partir de la recolección de muestras y datos que se recuperaron de las producciones se describen a partir de las características de la tabla 1. Se incluye el nombre con el que lo encontraremos en sus disponibles plataformas; el tiempo entre la emisión de episodios en la plataforma; la temática que cubre; el idioma, la duración promedio de los episodios; la aplicación o plataforma en la que se ubica el podcast por la búsqueda y el formato o la conducción. Para esta característica de desglosa si, de forma regular, es conducido por una o más personas y si cuenta con la participación de invitados. También se detalla, la presencia

del programa en YouTube para generar tracción en esta red social por medio de la generación de un formato no sólo oral sino audiovisual.

**Tabla 1**

*Categorías descriptivas de podcasts de filosofía en Apple y Spotify*

Nombre	
Tiempo de publicación	
Temática	
Idioma	
Duración	
Aplicación	
Formato y conducción	Monólogo
	Varios conductores
	Presencia de invitados
Presencia en YouTube	
Tipo de publicación	Filosofía desde la academia
	Filosofía aplicada en la vida cotidiana
	Explicaciones cotidianas sobre la filosofía académica

Se buscó incluir alguna categoría cuantitativa sobre el número de escuchas, sin embargo, esta fue una limitación para el desarrollo del análisis, en cuanto a el dato que fue imposible de recopilar. Aunque se indagó en alguna versión que ordenara los resultados, al no existir su categoría de *filosofía*, no fue posible determinar el *ranking* de estos podcasts o encontrar algún posicionamiento jerárquico dentro de *Chartable*, ya fuera por orden de más escuchados, más guardados o alguna otra manera de clasificar su posición frente a otros. Tampoco fue viable conocer el número de seguidores o reproducciones de los podcasts, ya que ninguna de las aplicaciones proporciona esta información.

Finalmente, tenemos la sección de categorías que ubica el tipo de programa específico de la filosofía que más gusta o que más se frecuenta y se divide de estas tres maneras, filosofía desde la academia, filosofía aplicada en la vida cotidiana y una mezcla sobre explicaciones cotidianas sobre la filosofía académica. La primera incluye podcasts en el que se hable de filosofía desde una perspectiva formal, argumentativa, seria, con fuentes o menciones bibliográficas. Estos abordan no solo historia de la filosofía si no en concreto el pensamiento filosófico mismo y en el que posiblemente el creador tenga acreditaciones dentro de su respectivo sistema educativo.

El segundo tipo es filosofía aplicada en la vida cotidiana, incluye podcasts en el que se hable de la cotidianidad, del día a día, de acciones y pensamientos como personas, individuos o sujetos, que reflexionen el porqué de acciones diarias, que despierte la duda que se esconde detrás de la rutina, la posible búsqueda de significado, entendimiento, superación, etc., de la existencia. Esto se aborda desde un pensamiento reflexivo crítico, desde argumentos plausibles, falibles, concretos, es decir desde un pensamiento filosófico.

Finalmente, el tercer tipo que se encontró ofrece explicaciones cotidianas sobre la filosofía académica. Los podcasts de este tipo aspiran a balancear las características descritas, en tanto que, sin importar lo académico, se ofrece una explicación sustancial en la vida, ya que cualquier pensamiento filosófico es humano. Por más abstracto y teórico que este pueda ser, siempre podrá ser aterrizado a que estudiarlo, entenderlo y comprender su valía.

Esta obtención de datos muestra que el tiempo de publicación de cada episodio de todos los podcasts es variado, pero comparten en común que todos publican por lo menos un episodio al mes. Esta cualidad describe la relevancia de la regularidad en la publicación de

un podcast para retomar las plataformas al devolver resultados sobre un tema. Puede ser una característica que el algoritmo de las plataformas considere una producción relevante.

Las temáticas de cada podcast son ampliamente variadas. Sin embargo, la posibilidad de la tipología da muestra de las consistencias. Así, se observa que las que más predominan son las que hablan de explicación de filosofía y su aplicación en la vida diaria, seguido después por historia de la filosofía y pláticas con invitados.

Algo atípico en los resultados de las búsquedas es que en la plataforma de Apple se ofrecieron dos en inglés y el resto en español, asociado con el sesgo de la búsqueda desde México. El formato de preferencia es el de los monólogos. De la selección, trece operan en este formato, mientras, los siete restantes son diálogos explicativos de varios conductores.

El tiempo de duración también resulta variado. Van desde episodios de nueve minutos hasta más de dos horas. La mayoría oscila entre quince y cuarenta minutos, por lo que se calcula que es un tiempo razonable de exposición sin saturar a la audiencia. Sobre todo, pensando en un formato recurrente y que pueda ser consumido en, por ejemplo, tiempos de traslado.

Otra característica importante es que quince de los veintiún programas cuentan con canal de *YouTube* que corresponde al perfil. En esta plataforma se disponen las grabaciones de las intervenciones, de manera que se produzcan en un formato de tipo televisión, otros proyectan una animación de fondo o una imagen durante el video acompañado del sonido del programa.

Cada plataforma, *Apple* o *Spotify*, rastrea a partir de características diferenciadas, en tanto que únicamente uno de los podcasts apareció en ambas plataformas y el resto de los resultados fueron diferentes. Así, aparece como un hueco fuera de los límites de esta investigación responder a cómo cada algoritmo devuelve resultados, para posicionar el producto que se pretende ofrecer de la mejor manera posible.

Nueve de los resultados de la búsqueda son del tipo de filosofía aplicada en la vida cotidiana, mientras que siete programas entran en la categoría de filosofía desde una mirada académica. Sólo tres se encuentran en la categoría explicaciones cotidianas sobre la filosofía académica, cosa que no se debe a una cuestión de demanda, sino que tiene que ver más con el hecho de que es sumamente complicado entrar a esta categoría que puede ser considerado contenido de alta complejidad.

A partir de estos resultados se apuntan algunos indicios sobre las características más pertinentes en el desarrollo de un producto de este tipo. La propuesta se construye desde las humanidades digitales para abordar la integración entre la tecnología y el contenido filosófico. Con esta consideración se describe la guía técnica de sonido, así como el proceso de preparación, grabación y publicación.

### **La propuesta del podcast**

Desde su aplicación práctica, este proyecto propone divulgar la filosofía con un podcast. Esto representa un triple beneficio para la academia desde la cual se origina, para la sociedad en la que se inserta y para el individuo al que alcanza. Para la primera, ofrece la oportunidad de interesar y acercar individuos a la filosofía, creando la posibilidad de incentivar su estudio o la inserción al campo. En el segundo, el contacto con la filosofía puede

generar cuestionamientos y críticas al interior de la sociedad. A través de la divulgación del trabajo que se realiza desde este espacio pueden abrirse espacios o momentos de discusión y reflexión en favor de los integrantes de la sociedad. En este sentido, para el tercer receptor de los beneficios se puede extender la reflexión hacia la mejora individual de sus condiciones o conciencia sobre su vida y sus relaciones.

Para filósofos como Anaya (2020) “la divulgación, pretende comunicar a un público lego un contenido gestado en las universidades [mientras que] la extensión “contempla un proyecto con características específicas que aporten al tejido social”. (p. 120)

Aunque el mismo autor afirma que hay proyectos de divulgación que pueden ser divulgativos y extensivos, que van en consonancia al acontecer de la humanidad, recuerda que la esfera universitaria no necesariamente tiene los mismos intereses que la pública.

Para ambos propósitos, la producción de un podcast de divulgación de la filosofía como un trabajo desde las humanidades digitales. Este campo deviene de la reflexión de la información en la sociedad, la evolución de las distintas disciplinas con el objeto de estudio de las humanidades centradas en el cuestionamiento del impacto y la relación con las nuevas tecnologías como un aspecto central en la reflexión teórica.

En el contexto actual, la tecnología parece desaparecer como dispositivo, al tiempo que la atención se centra en el dato que transmiten. El humano actual se integra con y a través de estos espacios y artefactos a un universo digital que comparte con otros. Las humanidades digitales se interesan por generar conocimiento científico que analiza estos procesos de vinculación humana por vía digital (Lombardelli, 2017).

“El término “humanista” mantiene una connotación de defensa de lo humano, como algo más que un mero experto, una persona comprometida con su tiempo. Por ello la etiqueta “humanidades digitales” remite a una “humanización” de la tecnología.” (Rodríguez Yunta, 2013, p. 38)

Así, el campo interdisciplinar se cuestiona las transformaciones que las actividades humanas presentan por la presencia de lo digital. Para ello, se han colocado como un terreno fértil para repensar la vieja discusión entre la teoría y la práctica (Fitzpatrick, 2016). El podcast es un medio que concierne a las humanidades digitales y este interactúa de múltiples formas con la sociedad y con los diferentes campos de conocimiento mediante un medio digital que cuestiona y transforma las convenciones tradicionales a la divulgación del conocimiento.

La creación de un podcast de filosofía, por lo tanto, se expresa dentro del campo de las Humanidades Digitales al utilizar tecnologías digitales para producir contenido que aborda temas relacionados con disciplinas humanísticas. Los podcasts permiten la difusión de conocimiento de manera accesible y flexible, fomentando la interacción y el debate en torno a estos temas. Además, al explorar la convergencia de medios y la narrativa transmedia, los podcasts pueden ofrecer una experiencia de consumo de información más enriquecedora y multidimensional (Cardoso, 2017).

En el contexto de las Humanidades Digitales, la creación de podcasts puede considerarse una forma de expresión y difusión de conocimiento adaptada a las nuevas tecnologías y a las preferencias de consumo de contenido en la era digital. Los podcasts pueden utilizarse como herramientas educativas, de divulgación científica, de análisis

cultural, y contribuyendo a la expansión y democratización del conocimiento en el ámbito digital.

En este gozne, el proyecto de aplicación de la filosofía por medio de un podcast puede pretender acercar una filosofía práctica. Por vía de la tecnología y en el marco de las humanidades digitales al viejo llamado a propagación del conocimiento a otras esferas de la actividad humana. Por esta razón se pretende hacer divulgación filosófica, con el fin de que las personas reflexionen porque y como creen lo que piensan, puedan resolver dudas de origen filosófico, y finalmente impulsar el valor y prestigio de la filosofía:

Así la filosofía deja de ser una prestidigitación teórica para ser un arte de la vida tal como lo era en la época de las grandes escuelas filosóficas de la antigüedad como el estoicismo, epicureísmo, escepticismo, aquella época denominada el Helenismo (Castillo, 2010)

El podcast ofrece la posibilidad de una revitalización de la dialéctica, y una cercanía íntima mediante la oralidad que invita al acercamiento a los problemas del tejido social. El procedimiento de diseño del podcast se aborda desde diferentes etapas para su realización y la preproducción al ser una de estas incluye la consideración del diseño de producto, que contempla a la audiencia y el mercado. Estas dos consideraciones se aprovechan para integrar un producto coherente que permita aplicar la filosofía con una visión unitaria. Al mismo tiempo, facilita la consecución del producto una vez terminado el proceso de la Maestría. Para el primer año de desarrollo del podcast se prevé esta proyectiva del diseño como producto mediático o comunicativo, cuando se sugiere una evaluación hacia adelante.

Así, la implementación de un podcast como medio de divulgación filosófica resalta la necesidad de abordar la calidad sonora como un elemento clave para garantizar una experiencia enriquecedora para el oyente. En este contexto, la elaboración de una guía técnica de sonido se presenta como una herramienta fundamental en la fase de preproducción del podcast. Esta guía no solo busca ser un recurso técnico, sino más bien una manifestación de las humanidades digitales, donde la tecnología se convierte en una extensión de la creatividad y la comunicación filosófica. La comprensión profunda de la producción de sonido no solo mejora la calidad auditiva, sino que también contribuye a la construcción de una narrativa envolvente, facilitando así la comprensión de conceptos filosóficos complejos. En este sentido, la guía técnica de sonido se erige como un componente esencial que fusiona la expertise técnica con la sensibilidad filosófica, propiciando una propagabilidad efectiva del conocimiento filosófico en la era digital.

### ***Guía técnica de sonido***

La introducción de esta guía técnica de sonido busca proporcionar una perspectiva comprensiva sobre las etapas fundamentales de la producción de un podcast enfocado en la divulgación filosófica. La primera fase, la planeación, desentraña la importancia de una cuidadosa consideración de los aspectos técnicos y conceptuales antes de la grabación. Desde la elección de micrófonos hasta la definición del tono y estilo del podcast. La segunda fase, la grabación, se adentra en el proceso técnico y creativo, destacando la relevancia de las condiciones acústicas y otros elementos esenciales para obtener un sonido claro y envolvente. Finalmente, la etapa de presentación se centra en la edición. Resalta la necesidad de refinar el material grabado, aplicar técnicas de mejora de sonido y estructurar el contenido de manera

coherente. En conjunto, estas etapas representan los cimientos sobre los cuales se erige un podcast filosófico de calidad, fusionando la atención técnica con la esencia conceptual para lograr una experiencia auditiva significativa.

En la etapa de la planeación se establece lo que se pretende producir y cómo lograrlo. En este momento se especifica la fuente sonora que se pretende capturar. También se evalúa cómo capturar y cómo hacerlo, así como el por qué. Esto es necesario ya que no existe una captura de sonido incorrecta o correcta, sino adecuada a los propósitos, el presupuesto del proyecto, la intencionalidad y emoción que se pretende generar.

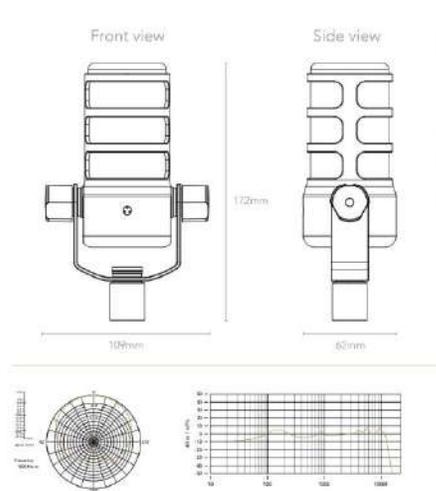
En este proyecto se necesita una grabación lo más inteligiblemente posible. El podcast requiere de poder entender lo que dicen los *podcasters*. Dado que la principal atracción es el diálogo, debe poder entenderse la conversación con la menor intervención posible. Por lo tanto, se debe grabar en un ambiente lo más acústicamente tratado posible y lo más sonoramente controlado posible. Para ello se cuenta con un *home studio* casero, adaptado para realizar estas grabaciones, al que se tiene acceso de manera gratuita, tratado acústicamente.

La segunda etapa de la grabación refiere al registro de cada episodio mediante la conversión de ondas mecánicas a digitales, para capturar el sonido y usarlo en un ordenador. Para este proceso se empleó una computadora y el *DAW (digital audio work station) Audacity*. Un DAW, o estación de trabajo de audio digital, es un software integral utilizado para grabar, editar y producir audio de manera digital. Audacity, tiene la particularidad de ser código abierto, por lo que destaca por su accesibilidad y funcionalidades robustas, que facilitan las tareas de edición y mejora de sonido de manera eficiente.

Se utilizó un micrófono *PodMic Rode* con patrón polar cardioide de principio acústico dinámico especializado para *podcasting* dado que tiene un sonido equilibrado y rico. Cuenta con un *pop filter* interno que permite reducir las oclusivas y un amortiguador interno que reduce la vibración. (figura 1)

### Figura 1

*Características del micrófono PodMic Rode*



Nota: tomado de Rode

Finalmente se utilizó una interfaz *Rodecaster Pro* especializada para grabación de podcast. Por su fácil control y procesadores de audio internos permite hacer modificaciones en tiempo real y una amplia versatilidad para lanzar clips de sonido. Cuenta con un potente procesamiento de audio integrado, que incluye un compresor, una puerta de ruido, un filtro de paso alto es el especialista para grabación de Podcast.

La edición en esta segunda etapa consiste en manipular e integrar elementos sonoros, incluyendo pistas musicales, locuciones, sonidos registrados en diversos ambientes o característicos de actividades, personajes u objetos determinados.

En la fase de edición se lleva a cabo la reordenación del material grabado para establecer una estructura más lógica. Asimismo, se procede a la eliminación de errores, repeticiones o contenido no relevante. La compresión del material, necesaria para ajustarse al tiempo establecido, constituye otro aspecto crucial de este proceso. Además, se emplea la edición para generar efectos creativos al combinar voces, música y efectos de sonido. La importancia de esta etapa radica en la creación del organigrama del episodio, consolidando así una narrativa coherente y atractiva para el oyente. (McLeish, 1996)

Del proceso de mezcla depende que el producto sea inteligible y que los sonidos se integren de manera adecuada uno con otros. además, asegura que los niveles de sonido y de percepción sonora se mantengan constantes durante todo el tiempo del episodio y con respecto del resto de episodios. Por lo tanto, la mezcla es el proceso de organización, nivelación y regulación del conjunto de una o más fuentes sonoras. El propósito es que suenen de manera inteligible, coherente y adecuada conforme a ciertos parámetros de niveles nominales requeridos por las plataformas y recomendadas por diferentes instancias como la AES (Audio Engineering Society).

La tecnología para la medición de estos parámetros es *Loudness*, que facilita distinguir un sonido constante en los episodios, así como el cumplimiento de las especificaciones de las plataformas de almacenamiento como *Spotify* o *Apple*. Otro tipo de medidores como los de gráfica, los medidores de picos o los VU, que muestran el nivel eléctrico, muestran como el audio se representa y no corresponden, necesariamente, a como realmente se escucha, es decir, no toman en cuenta la percepción humana. Los medidores *Loudness* miden de manera similar a como lo haría el ser humano debido a que estos

medidores toman en cuenta tanto la duración como la frecuencia, a las cuales el ser humano es sensible. Estos medidores utilizan una escala denominada “escala completa de unidades de sonoridad” o también denominadas LUFS, el cual se mide de forma negativa. Por tanto -16 LUFS es más alto que 20 LUFS. La recomendación de la AES es intentar no exceder los -16 LUFS para permitir tener un rango dinámico mucho más amplio y para evitar que los picos saturen, buscar un objetivo de -24 LUFS describe un espacio libre adecuado para la mezcla de tal forma que no se necesite de ninguna otra herramienta, lo que además facilita el trabajo.

Al final del proceso se encuentra la etapa de publicación. En esta etapa, cuando se ha producido el material planeado, se pulen y presentan los últimos detalles. Por eso para el podcast será necesario normalizar y luego subió a la plataforma para su estreno.

La normalización establece los límites de picos y el nivel nominal que debe tener para ser aceptado y que suene correctamente de acuerdo con las especificaciones de plataformas como *Spotify* o *Apple*. Esto hará que suene nítido, claro, bien equilibrado y se ajuste a las prácticas recomendables para la industria en cuanto a volumen general y pico real. También se solucionaron problemas menores de ruido y zumbido. Es un paso crucial para hacer un podcast profesional que la gente disfrute escuchar. Al respecto, Apple afirma que los episodios de podcast deben estar "pre-acondicionados de tal manera que el volumen general permanezca alrededor de -16 LUFS, con una tolerancia de +/- 1 dB y un valor de pico real que no exceda -1 dBFS. La normalización es una herramienta que permite que cada episodio alcance exactamente el volumen objetivo. A la vez, tener una mezcla de -24 y subirla a niveles superiores como los -18 o -14 para distribuirse en plataformas. El proceso de

normalización consiste en ajustar la sonoridad integrada para que permanezca en los niveles LUFS deseados. Es decir que durante toda la pista se va ajustando con base a la herramienta de *Loudness*.

En esta última etapa se ha decidido el kiosco digital se subirá el podcast. Un kiosco digital de podcasts es una plataforma en línea que funciona como un punto centralizado para la distribución, descubrimiento y consumo de contenidos de audio en formato de podcast. Similar a una tienda virtual, este kiosco proporciona a los usuarios un acceso conveniente a una amplia variedad de podcasts, organizados por categorías, temas o géneros. Los oyentes pueden explorar, seleccionar y reproducir episodios directamente desde la plataforma, ofreciendo una experiencia centralizada y accesible para el descubrimiento de nuevos contenidos auditivos. Estos kioscos digitales, a menudo integrados en aplicaciones móviles o sitios web, facilitan la navegación, la suscripción y la gestión de podcasts, convirtiéndose en una herramienta esencial para la audiencia ávida de contenido auditivo diverso y especializado.

## Capítulo II. Producción. La oralidad en el podcast

En este capítulo se presenta un rastreo y análisis sobre la oralidad; qué es, qué relación tiene con la generación del conocimiento, la forma en la que nos comunicamos, y su influencia y relación con el yo y los distintos ámbitos en los que interactuamos. Ello se manifiesta en el diseño del podcast y su aprovechamiento como espacio de reflexión filosófica.

A lo largo de la historia la escritura ha permitido una fijación y sostén con respecto a lo que conocemos, en términos de Ardent, como mundo. Se ha instituido como el método para crear, guardar y preservar distintas creaciones y saberes humanos, la escritura se consagró como el método comunicativo, educativo y social más importante. Por esta razón se ha relacionado la escritura a una manifestación erudita y prestigiosa.

En el proceso, la escritura se ha establecido no sólo como un medio dominante, sino también como una actividad de poder que ha ejercido influencia y perpetuado una exclusión epistémica y comunicativa. “La escritura representa una actividad particularmente imperialista y exclusivista que tiende a incorporar otros elementos aun sin la ayuda de las etimologías.” (Ong, 1982, p. 11). Esto sucedió así porque históricamente la escritura y ciertos idiomas han permanecido cerrados al acceso de tan solo unas pocas personas.

Sin embargo, la escritura no es más que una manifestación de la lengua que de hecho intenta registrar un uso convencional aceptado del vasto uso de la oralidad. En este sentido, “El registro escrito no es más que un conjunto de convenciones socialmente aceptadas que intentan, siempre con un éxito parcial, reproducir la enorme vitalidad del registro oral” (Vilariño, 2013, p. 217)

En sentido contrario, “leer” un texto quiere decir convertirlo en sonidos, en voz alta o en la imaginación, sílaba por sílaba en la lectura lenta o a grandes rasgos en la rápida, acostumbrada en las culturas altamente tecnológicas. La escritura nunca puede prescindir de la oralidad.” (Ong, 1982, p. 7) La oralidad preserva elementos importantes y vitales para la comunicación que la hacen una de las manifestaciones más importantes de la lengua.

La oralidad, según su raíz etimológica proviene del latín que indica “cualidad relacionada a los sonidos producidos por la boca”, es decir, todos aquellos sonidos producidos por nosotros por medio de nuestra boca. En lingüística la oralidad es entendida como la comunicación verbal a través de sonidos producidos por el aparato fonador y percibido por el oído. Pero otros diccionarios como el de Oxford lo siguen definiendo como “literaturas transmitidas por la oralidad”. Esta definición implica que la oralidad no puede prescindir de la literatura o en todo caso de la escritura, premisa a la que Ong (1982) se opone parcialmente. En primer lugar, porque esto no explica el fenómeno oralidad, sino solo de lo que no es con referencia a otra cosa. En segundo lugar, porque muchas culturas antiguas y contemporáneas no tuvieron ni tienen una lengua escrita y sin embargo hablan, se comunican y transmiten conocimientos.

Vale recordar que la oralidad existe antes que la escritura. Esta oralidad que carece de cualquier tipo de acercamiento a la escritura o de cualquier tipo de impresión es lo que se denomina oralidad primaria que, aunque ya no existe, o existe en tan solo unos pocos rincones del mundo, es valiosa para explicar la independencia con respecto de la escritura. De forma progresiva, la escritura y la oralidad han ido dependiendo una de la otra de manera complementaria, esto es lo que se reconoce como oralidades secundarias. (Ong, 1982) Es

decir, se refiere a aquella oralidad que no puede ya prescindir de la escritura para su entendimiento. Más allá, actualmente, las oralidades se vinculan además con medios tecnológicos, acercándose a la denominación de las oralidades terciarias, influenciadas por los medios digitales. (Duque y Botero, 2016)

### **La oralidad como prótesis para la construcción de conocimiento**

Desde el siglo V y IV a.C se debatía sobre la relevancia de la oralidad contra la escritura. Para Platón la oralidad es el esfuerzo del pensamiento y conocimiento en uno, es el “discurso vivo y animado”. En el Fedro (274a-278c), Platón se sirve del mito del Rey Thammus con el antiguo Dios Theuth para criticar a la escritura y colocar a la oralidad como punto clave tanto del conocimiento como de la memoria y, por lo tanto, de la sabiduría. Se puede resumir los argumentos de Platón en que la escritura no puede dotarnos de verdadera sabiduría, puesto que esta elige lo verosímil sobre lo verdadero. En este sentido, la escritura puede engañarnos de pensar que lo que se dice es, de hecho, cierto. La preocupación de Platón es que uno puede leer mucho y no por ello adquirir sabiduría. La escritura, en tal caso, se interpone en el camino de una genuina dialéctica, la cual requiere de la palabra viva, de la presencia del otro para la refutación y la confrontación de las posturas.

La palabra viva se refiere a la memoria como un elemento de recuerdo, sino de genuina comprensión. Por lo tanto, la dialéctica, que parte de la retórica platónica y que a su vez necesita de la oralidad, requiere entonces de ese elemento espontáneo, instantáneo y pedagógico que exige discutir en vivo y en público. Es decir, requiere argumentar desde distintas herramientas de la comprensión y la práctica que contribuyen a la memorización.

Se propone que la oralidad, como manifestación del sistema lingüístico al igual que la escritura, se sirve de signos para estar y pensar el mundo. En este sentido, una dialéctica que se dé por medio de la oralidad o la escritura sólo son distintas en sus formas, pero no en sus alcances. Esto, sin embargo, se relaciona con una preocupación sobre los avances tecnológicos que puedan disminuir las capacidades humanas. Esto ha sido una constante con casos ejemplares como los de Platón, Hieronimo Squarcialico y las reacciones generales a la televisión, la computadora, la calculadora, etc.

En este contexto, la herramienta de podcast se vincula con la concepción de la técnica como prótesis (Broncano, 2009). Prótesis, en el sentido de artefactos producto de la existencia y esencia humana. Es aquí donde adquiere sentido la incomodidad por la prótesis, como novedosa y como no naturalizada. La adaptación a la inserción tecnológica, por lo tanto, provendría del hábito o la costumbre. La televisión y el cine no destruyeron la lectura, la imprenta no acabó con el cristianismo ni con la ética, el ferrocarril no produjo efectos mortales sobre las vías respiratorias por el repentino cambio de clima, pero lo que sí hicieron fue crear prótesis de funciones vitales; artefactos que transforman dentro del espacio de posibilidades, que cambian nuestras acciones y planes futuros. No todas las prótesis deben ser completamente cómodas, solo habitables, solo que pesen menos de lo que en un principio lo hicieron.

En este trabajo interesan las prótesis materiales y culturales, las cuales están constituidas por sistemas de signos y símbolos que transforman el modo de pensar de los humanos.

Las lenguas fueron las primeras y más importantes prótesis culturales, la escritura y otros sistemas lingüísticos alternativos como la matemática y la música que transformaron más tarde pero no menos profundamente las mentes y los cuerpos de los humanos, produciendo nuevos accesos a la realidad, que por ello mismo se transformó en una realidad distinta (Broncano, 2009, p. 21)

Así consideraremos la oralidad como una manifestación de lo que llamamos lengua y lengua como una tecnología, una prótesis. Pero esta, en tanto que prótesis cultural, cambia constantemente con referencia a su contexto y sus usuarios. Así se convierte en fuente de cambio e innovación. La oralidad, entonces no sería la mera capacidad de reproducir sonidos fonéticos y escucharlos, al menos no únicamente, sino que marca cómo se manifiesta una prótesis importante y abstracta.

### **Oralidad como pensamiento plural**

Aquel conocimiento que Platón conjeturaba que solo generaba la palabra viva de la oralidad, solo puede crearse con la presencia de otro y otros, que el conocimiento solo puede provenir del encuentro, de un proceso dialéctico con el otro. Esta cualidad, puede espolear la creación del podcast.

En primer término, porque un libro, un ensayo, un video, o un podcast, solo pueden ser creados por otros. El acercamiento a un producto como estos es la aproximación a la manera de pensar de otros, solo que, de distintas formas, cada cual con sus propios vicios y virtudes en comparación con otros.

En el encuentro que se propone a través de un podcast con la filosofía. Se ofrece la ventaja de la elaboración de preguntas específicas, así como de la clarificación o de profundización del mensaje. Algunas de las desventajas del formato se asocian con las de la propia oralidad. Entre otras, la pérdida del hilo de la conversación, las emociones pueden influir y entorpecer la capacidad de receptor o emisor. La planeación puede añadir la ventaja de (dependiendo del tipo de podcast) tomarse el tiempo para pensar y meditar sobre lo que se quiere decir y como se quiere decir.

No compartir el tiempo y espacio del otro permite un ritmo acompasado sin la influencia de la comunicación gestual. Por su parte, el receptor podrá ir tomando nota de lo que se dice, y llevar el paso que le sea conveniente, incluso repitiendo la grabación. Las desventajas incluyen no poder preguntar reformulaciones de forma directa o preguntar cosas en específicas. Tanto el productor como el escucha están a la merced de la consideración y claridad que haya tomado el otro.

La segunda razón por la que un podcast aprovecha la oralidad como productora de intercambios vivos, se vincula con la condición de pluralidad, al menos potencialmente. El propio proceso del pensamiento no está desligado de la condición de la pluralidad (Arendt, 2015). En “La promesa de la política”, la autora muestra que el humano que es capaz de comunicar de forma veraz su opinión es aquel que es un solo mismo, es decir aquel que no se contradice a sí mismo. “El miedo a la contradicción surge del hecho de que cada uno de nosotros, «siendo uno solo», puede al mismo tiempo hablar consigo mismo como si fuese dos.” (Arendt, 2015, p.57)

Es decir que se es uno cuando no hay contradicción interna. Una opinión firme acerca de un tema se manifiesta en esta solidez que adquiere el que ser algo, pues se es aquello que se piensa y aquello que se defiende. De ahí que sea común que en una discusión en la que se va “perdiendo” exista resistencia a cambiar de opinión ello requiere dividirse en dos. Esta capacidad de separación, de dejar de ser uno, revela, según la autora, que en tanto que puedo contradecirme se es dos en uno y, en ese sentido, se convive con más versiones dentro de sí mismo. Así es viable integrar a Platón para pensar que el conocimiento puede darse en el proceso con otros, con la pluralidad humana. Por lo tanto, la escritura o en este caso, un podcast, no deben considerarse palabra muerta, puesto que el que lee, o el que solo escucha ejecuta una contra-argumentación, incluso, consigo mismo, haciéndose dos por medio de la contradicción. Esta separación permite un proceso de dialéctica platónica, aunque interna. Sin la presión de un público, una agenda o un propósito de convencimiento específico, de tal forma que, se propone, la separación interna pueda suceder mucho más fácilmente. Parfraseando a Kierkegaard, sólo uno puede elegir que creer y esto no solo es un asunto epistémico sino existencial. Se trata de una decisión personal de decisión y, en este caso, separarse en dos, contradecirse y elegir volver a ser uno solo. Esto no quiere decir que el conocimiento puede darse de forma individual, sin consultar al otro, no significa que el conocimiento exista sin otro. Todo lo contrario, significa que incluso aún en soledad uno nunca estaría desconectado de la condición de la pluralidad

Y ésta es también la razón de que la pluralidad de las personas nunca pueda abolirse enteramente y de que la huida del filósofo del reino de la pluralidad siempre

permanezca como una ilusión: incluso si viviese totalmente por mí mismo, en tanto que estoy vivo viviría en la condición de la pluralidad. (Arendt, 2015, p. 58)

Así, no se pretende resolver si el podcast ofrece la mejor forma de conocimiento sino la posibilidad de contribuir a la divulgación de conocimiento para promover la construcción de comprensión a través un específico altavoz tecnológico.

### **Oralidad Primaria, Secundaria y Terciaria**

Como prótesis cultural de la lengua (Broncano 2009), la oralidad es la manifestación de un código o sistema lingüístico constante y común a todos (Trubetzky 2019) que se puede entender como un código que se encuentra con relación al emisor-receptor-lugar. Estos tres elementos conforman lo que se denomina el acto de habla. En tanto que los códigos son dominios organizados para su entendimiento, que para su funcionamiento requieren que el emisor sepa expresarlo y el receptor comprenderlo. La manifestación de este código de manera oral sucede como un proceso serial, lo que quiere decir que la escucha y el habla se dan en un orden específico como una serie de signos que formarán el mensaje. Es decir que no se podrán más que reproducir un sonido a la vez y que la capacidad para comprender un número de signos será limitada por factores como la atención, la retención de memoria, un bienestar corporal y mental, etc. (Cassany 1994)

Pero la palabra oral no es solo una representación verbal con respecto a algo. La oralidad no se reduce a la práctica física de hablar, sino que en tanto manifestación de una prótesis que cambia con los interlocutores y el contexto, se debe considerar como una tecnología del pensamiento, del yo. Específicamente sobre la oralidad en la era digital:

Erik Havelock ya advirtió que los seres humanos no hemos pensado siempre igual. Las maneras de pensar de las personas anteriores a la imprenta eran diferentes a las de los contemporáneos del cine y de la televisión. Por supuesto, no sólo por razones comunicativas. Los posibles cambios en las formas de pensar, asociados a las tecnologías de la comunicación, no son inmediatos y dependen de la implantación social de esas tecnologías. (Gómez, 2011, p.1)

Esto ha creado varios ecosistemas comunicativos que varían las modalidades de la oralidad, desde la ya conocida versión cara a cara, que puede variar con complementos tecnológicos, como discursos presenciales o virtuales, pero ambos con la capacidad de emocionar y sensibilizar. El impacto que tiene el discurso está relacionado con el proceso de la oralidad. Por un lado, se conecta con las razones que transmiten, pero no solo por lo que se dice sino también el cómo se dice. La velocidad con la que se dice, la amplitud de la voz que se use, la distancia que se use en cada palabra, las pausas y silencios, la modulación de la voz, el timbre, hace del discurso un fenómeno sonoro, oral e inclusive estético que influirá profundamente en el impacto que tenga lo dicho. Es decir, “La palabra hablada implica dramáticamente todos los sentidos” (McLuhan, 1996, p. 96).

Conforme el ecosistema en el que se comparte la oralidad se ha venido complejizando, aparecen variaciones como aquella que carece de imagen y que se complementa de otras prótesis, como la radio, el teléfono, mensajería instantánea, o el podcast. También aparece la oralidad que intermedia de forma audiovisual, como el cine, la televisión, videojuegos, video podcasts, *reels*, *Tik Toks*, etc.

Este contexto ha dinamizado la oralidad. Como apuntaron Ong (1982) y McLuhan (1996), recobró relevancia en nuestras sociedades a partir de la electrónica analógica que hizo posible transmitir la voz y que a su vez fomenta la creación de nuevos medios que resultaron en el resurgimiento de la oralidad con nuevos ecosistemas comunicativos que mantienen una recursividad entre oralidad y tecnología.

Estos ecosistemas comunicativos se dividen en tres abanicos: primaria, secundaria y terciaria. Se ha descrito la primaria como aquella que carece del uso de la escritura o cualquier tipo de impresión y se vale únicamente del recurso del habla. La oralidad secundaria la define Ong (1982) como aquella que usan sociedades que conocen y usan la escritura, en la que se mantiene un nuevo tipo de oralidad en relación con distintas tecnologías como el teléfono, la radio o la televisión.

La oralidad se transforma con la adquisición de estas tecnologías. Es decir, que son tan orales como las primarias, pero se diferencian fundamentalmente en la manera en que se produce y reproduce el conocimiento. Por tanto, los medios incorporan nuevas formas de narración que dependen de un componente oral. De esta manera sostienen la oralidad secundaria, razón por la que el autor la denominó “el lenguaje de los medios”. De esta forma la oralidad se mantiene vital, pero vinculada a la escritura. “La transformación electrónica de la expresión verbal ha profundizado el sometimiento, iniciado por la escritura e intensificado por lo impreso, de la palabra al espacio, y ha conducido a la conciencia hasta una nueva era de oralidad secundaria.” (Ong, 1982, p. 117)

Las sociedades con este ecosistema aprenderán por medio de una formación académica, lo que quiere decir que las prácticas orales dependen de una u otra forma del

registro escrito. En esencia se trata de una oralidad basada siempre en el uso de la escritura y del material impreso, sin los cuales sería imposible la propia operación y fabricación de las tecnologías de los medios. Por otro lado, una característica interesante de la oralidad secundaria es que las faltas o pérdidas que ocurrirían por el desplazamiento hacia otras tecnologías, como la escritura, en realidad acaban por compensarse. La oralidad primaria, por ejemplo, tiende a la espontaneidad porque no dispone de la reflexión premeditada que ofrece la escritura. Sin embargo, contrario a lo que podría pensarse, en la oralidad secundaria se despierta la espontaneidad como una característica que debería perseguirse.

Así, la manifestación oral y escrita están sumamente relacionadas y dependen una de la otra en este ecosistema. Sin embargo, cada una mantiene sus propias particularidades que no necesariamente aparecen en la otra, pero que están inherentemente conectadas. Por eso suelen confundirse gramática con ortografía, o que al leer algo en voz alta se asuma que es una actividad correspondiente solo a la oralidad, cuando en realidad esta última sería una oralidad de la manifestación escrita. La relación se manifiesta en tanto que la forma de pensar ya está moldeada por las psicodinámicas de la escritura a la que el sujeto ha sido adscrito en su entorno. Esto porque, aunque las palabras se fundan en la oralidad, la escritura las encierra en un campo visual que ya no es viable abandonar. Así, “una persona que ha aprendido a leer no puede recuperar plenamente el sentido de lo que la palabra significa para la gente que sólo se comunica de manera oral.” (Ong, 1982, p. 11)

La oralidad terciaria no es muy diferente a la secundaria. Podría describirse de la misma forma, con la particularidad de que su ecosistema se relaciona con el de los nuevos medios y plataformas digitales. Su reciente conceptualización surge relacionada con

productos del ciberespacio, ya sean los correos electrónicos, los *blogs*, la radio en línea, los podcasts, los *reels* o los *tik-toks*, entre otros. (Duque y Botero, 2016)

Los trabajos a este respecto enfatizan las transformaciones que la radio digital trajo para la experiencia de sus audiencias y las nuevas formas de relacionarse con el medio. Entre otros, los cambios se vinculan con la espacialidad de los usuarios, la temporalidad y la corporalidad.

La espacialidad remite a los lugares donde se escucha y los dispositivos y plataformas donde se escuchan. El podcast y el internet cambiaron por completo la manera y los lugares donde se escuchan los programas sonoros. El internet posibilitó la escucha de los podcasts en cualquier lugar y hora. Mientras que el podcast permitió una acción más participativa y democrática a cualquiera. Así, ambas han permitido abarcar una espacialidad única de infinitas posibilidades.

Esta espacialidad no remite solo a los espacios físicos de escucha, sino también a la posibilidad de escucha de cualquier lugar. Exceptuando la barrera del idioma, es posible escuchar un podcast de cualquier persona del mundo. De acuerdo con los investigadores Botero y Duque (2016), retomando a Scolari, permite a los oyentes sentirse como participantes y ciudadanos del mundo al ampliar la red interactiva de sus territorios.

Finalmente, la espacialidad también analiza la posibilidad de sentirse acompañado en un espacio, el podcast. Por ejemplo, se escucha no solo para mantenerse informado o en un proceso educativo o divulgativo, sino también como compañía en las tareas de la labor o el trabajo.

El aspecto de temporalidad se relaciona a los momentos en que se escucha el podcast. Desde la invención del internet ha cambiado el momento cuando se oye un podcast. Esto ha ofrecido una dinámica de las actividades y la escucha. Por un lado, la escucha de un programa de radio solo podía ocurrir en ciertos horarios específicos, asociados a dispositivos específicos, por ejemplo, manejar al trabajo, al llegar a casa después de trabajar, etc. Sin embargo, ahora puede escucharse un podcast en cualquier momento del día. Esto dinamiza las posibilidades de momentos para la escucha del podcast, posibilitando así un tiempo no lineal que se acomoda con la multiplicidad territorial de la vida cotidiana.

Finalmente, la corporalidad tiene que ver con el manejo del cuerpo. No solo se refiere a la situación del cuerpo mientras se escucha un podcast, sino al cuerpo como una conexión con el mundo por medio de las sensaciones, percepciones y emociones corporales. Se refiere al tránsito de lo cotidiano de manera cercana a la propia experiencia y manera de actuar en el mundo en donde además podemos conectar con otras experiencias vitales de forma interactiva. Remite a la conexión con los problemas de otro o a la posibilidad de la sensación de transportación a través de lo que se cuenta en un programa.

De esta forma, los distintos ecosistemas de oralidad y en especial la terciaria emergen como un área en exploración y desarrollo de la relación entre lengua y tecnologías de los sistemas comunicativos. En ellos se indaga por medio de ciertos fenómenos novedosos que aparecen en la experiencia de escucha, del habitar y de las formas pensar y sentir el mundo.

En conclusión, la era digital ha transformado la oralidad. En particular interesa la forma en la que la digitalización posibilita la accesibilidad a más personas en más lugares y tiempos. Al mismo tiempo, los formatos digitales, no sin retos, habilitan formas de

preservación a largo plazo. Esto garantiza que las voces y narrativas capturadas en las entrevistas orales estén disponibles para futuras generaciones.

Sin embargo, además de esto, la digitalización ha abierto otras formas de aproximación y análisis de registros orales, entre otros, distintos acercamientos a las gestualidades, interjecciones, gestos, silencios y otros aspectos no verbales desde observaciones y análisis multisensoriales a través de tecnologías como el reconocimiento facial y la minería de imágenes. Por lo tanto, el trabajo desde el campo de las humanidades digitales ha introducido nuevas herramientas y metodologías para el análisis, la producción y la preservación de formatos orales y audiovisuales. (Nyhan y Flynn, 2014)

Desde esta mirada y a partir de las Humanidades Digitales, se observa una convergencia entre la oralidad y la tecnología digital. Los podcasts, al ser principalmente formatos de audio, mantienen una conexión con la tradición oral de contar historias, transmitir conocimiento y generar diálogos. A través de los podcasts, se aprovecha la oralidad como una forma de comunicación directa y cercana, permitiendo a los creadores y oyentes establecer una conexión más íntima con el contenido. La naturaleza auditiva de los podcasts también brinda la oportunidad de explorar diferentes estilos narrativos, tonos de voz y expresiones que enriquecen la experiencia auditiva y la transmisión de información (Cardoso, 2017).

La oralidad en los podcasts no solo se mantiene como una forma de comunicación efectiva y se fusiona con las posibilidades tecnológicas de la era digital para crear un medio de difusión de conocimiento y cultura versátil y accesible.

### Capítulo III. **Postproducción. La construcción de una cultura participativa en torno al podcast**

En el contexto de este estudio sobre la implementación de un podcast para la divulgación filosófica, se ha detallado la metodología técnica subyacente en la creación concreta de este formato auditivo. El presente capítulo, el tercero, aborda una metodología que abarca tanto la forma como el contenido del podcast. En este apartado específico, se proporciona una estructura esquemática que facilita la comprensión de la elaboración integral del podcast, centrándose en la configuración del tipo de contenido y la planificación estratégica de su presentación al público. La convergencia entre la forma y el fondo es crucial en la distribución efectiva del podcast, y en este capítulo se explora la metodología que guía esta conjunción, destacando la importancia de la coherencia entre la concepción conceptual y la presentación técnica del material auditivo.

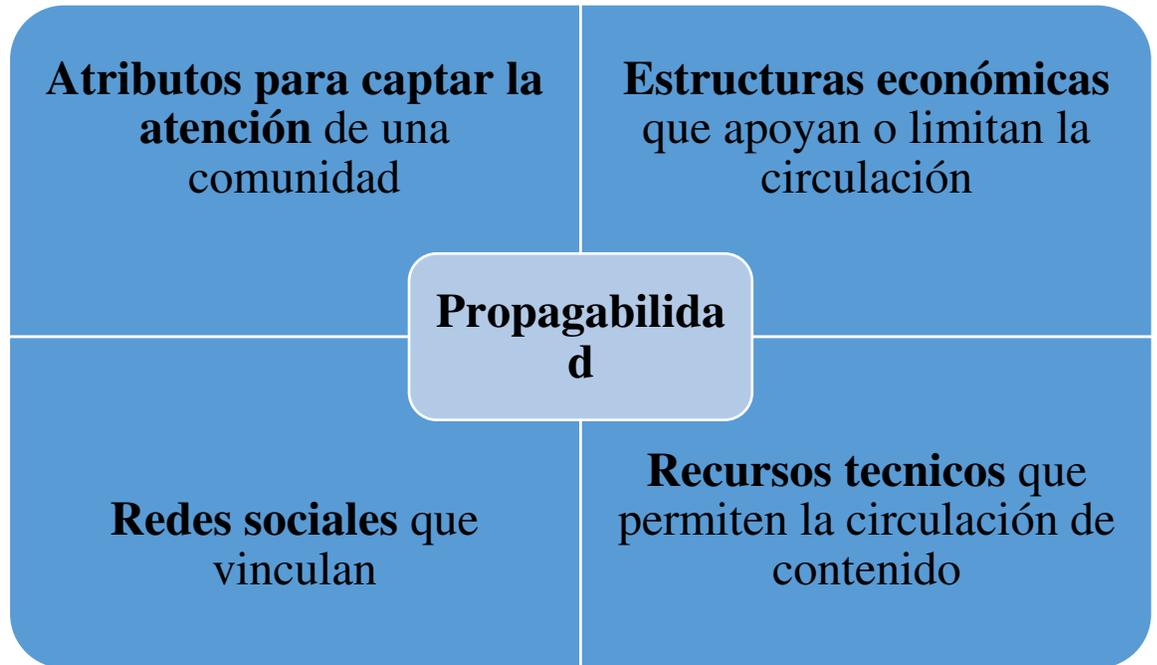
Para este proceso se aprovecha a Jenkins (2013) para orientar la producción de contenido que con *propagabilidad* que se oriente por generar una audiencia activa que participe con el contenido. La *propagabilidad* distingue entre contenidos “virales o pegajosos” cuya prioridad es no la venta o alcance inmediato de aquellos que alcanzan audiencias que activamente buscan aportar y participar. Ambas visiones priorizan a la audiencia. En la primera, se preponderan las ventas, el contenido centralizado, las jerarquías, las experiencias centralizadas, etc. “La pegajosidad saca jugo de la fórmula más fácil que han encontrado las empresas a la hora de hacer negocios en la red, en lugar de las formas mediante las cuales el público querría experimentar el contenido *online*. ” (Jenkins, 2013, p. 21)

El concepto de propagabilidad propone un acercamiento científico sobre cómo funciona la comunicación y la distribución de contenido que supera términos anticuados como el de “viralidad”, que sigue suponiendo al contenido como un ente infeccioso que circulará siempre e independientemente. Esta visión vieja asume a un consumidor vulnerable. Remite a una relación metafórica sobre entre el contenido y la audiencia como un virus que pretende propagar su código tanto como le sea posible. Sin embargo, la cultura es un producto de los humanos y sus acciones, lo que vuelve problemático este entendimiento auto-replicante. Los memes no son entes físicos como los genes y tampoco está muy claro los mecanismos que estos suponen para su “reproducción”, bien nos dice el filósofo John Gray “Tan insustanciales como el flogisto, los memes no son más que una elucubración formulada con la intención de reforzar la creencia de que la evolución puede explicarlo todo” (p25)

Se refiere a los recursos técnicos que permiten la circulación más cómoda de cierto tipo de contenido en vez de otro, las estructuras económicas que apoyan o limitan esa circulación, los atributos de un texto mediático que podrían captar la atención de una comunidad y las redes sociales que vinculan a las personas a través del intercambio de bytes significativos. (Jenkins, año, p.) (figura 3)

**Figura 1**

*Características de la propagabilidad*



Se contempla generar el podcast bajo un paradigma de la propagabilidad. Esto implica concebirlo como un contenido en el que el público pueda compartir contenido adecuado a sus propios propósitos y del cual pueda interesarse y pensar que tiene sentido hacerlo, para fomentar una cultura participativa. Por supuesto este paradigma puede ser insuficiente o no alcanzado del todo en diferentes contextos y situaciones.

El contexto en el que esto ocurre se refiere como cultura de convergencia (Jenkins 2015), propia del advenimiento de la web 2.0 y la presencia omnipresente de redes sociales en los teléfonos inteligentes y asociada con la oralidad terciaria. Se entiende como un flujo de información entre diversas plataformas que convergen y en la que ahora el agente es incentivado a buscar nueva información y efectuar conexiones con dicho contenido.

En este marco se desarrolla la cultura participativa, originalmente asociada con grupos específicos como los *fans*, pero eventualmente relacionada con comunidades en constante conflicto por establecer un acceso a un significado de producción y circulación cultural más significativo. Se define formalmente como:

Una cultura participativa es una cultura con barreras artísticas y el compromiso cívico, apoyo para crear y compartir la creación propia y tutoría informal con la que se sabe por los más experimentados se transmite a los novatos. Una cultura participativa también es aquella en la que los miembros creen que sus contribuciones son importantes y sienten cierto grado de conexión social entre ellos (al menos les importa lo que otras personas piensen sobre lo que han creado). (Jenkins, 2016, p.4)

En pocas palabras la cultura participativa es aquella en la que los agentes de una sociedad parecen buscar un significado más profundo en lo que crean y consumen, en tanto que piensan que tiene sentido lo que hacen y a la vez quienes lo siguen, identificándose con un contenido más íntimo. De esta forma, el modelo de la *propagabilidad* es clave para su realización, ya que este no es más que la mera implicación que se tiene al fomentar un contenido y cultura de este tipo.

Reconociendo la relevancia de las conexiones sociales en la divulgación de la filosofía a través del podcast, se destaca la necesidad de preservar métricas cuantitativas, al tiempo que se observa minuciosamente cómo el público absorbe y comparte el contenido. Un aspecto crucial radica en que la producción del contenido sea fácilmente compartible, evitando una colocación centralizada que busque imponer la escucha a la audiencia. La creación de un contenido que incite a su circulación, a pesar de la diversidad y propósitos

variados de la audiencia, permite que esta última determine el contexto del material. La provocación de usos inesperados del contenido, como la actualización basada en la comunidad, se presenta como una estrategia fundamental. La valoración de las actividades de los miembros del público contribuye a fortalecer las conexiones sociales y la participación.

Según el paradigma de la propagabilidad, la efectiva circulación no implica una simplificación excesiva para alcanzar audiencias masivas, sino presupone que un contenido digno de difusión se propagará a través de cualquier canal disponible. Este enfoque, con la implicación de una audiencia comprometida, resulta altamente adecuado para la divulgación y extensión de la filosofía a través del podcast. En palabras de Jenkins, "lo específico es universal", y esta capacidad de propagación a través de diversos canales destaca la versatilidad y pertinencia del contenido filosófico en la era digital (Jenkins, 2006).

Este enfoque considera fundamental el reconocimiento de las conexiones sociales entre los individuos. Esto exige atención a las formas en las que la audiencia se acerca y hace uso del contenido. Esto es especialmente relevante cuando las audiencias apropian el contenido y lo modifican, por ejemplo, cuando recorta una sección favorita, o asocia los clips de audio con imágenes o videos, o simplemente compartiendo el mismo contenido por otras redes sociales. De esta forma se evidencia el interés que potencialmente puede generarse.

La propagabilidad es particularmente relevante para impulsar que el podcast cumpla su propósito de divulgación. La divulgación es la exposición de ideas de algún campo al público para hacer accesible el conocimiento académico a personas no especializadas en el área. El propósito es que la comprensión del tema, la incidencia en el contexto y, tal vez, el cambio de perspectivas. (López, 2013)

La divulgación consiste en difundir una versión simplificada, pedagógica y abreviada de cualquier teoría científica o elaboración cultural especializada relevante para un amplio público. Su función es no sólo acercar un alto y arduo conocimiento al gran público, sino también suscitar vocaciones a la investigación y fomentar un sentido más social, compartido y democrático del conocimiento especializado (López, 2013, p. 315)

Tiene tres propósitos principales (López, 2013): Para el beneficio de la academia, para el beneficio de la sociedad, para el beneficio del individuo. Estos beneficios se harán efectivos cuando la divulgación se haga de manera correcta, pues informar no es suficiente. La divulgación requerirá de la capacidad de asombrar al espectador. Un buen divulgador despeja las dudas que planteó, pero el trabajo trata de generar más preguntas de las que respondió. La tarea del divulgador entonces es la de impresionar, emocionar y hacer dudar al escucha.

La primera gira en torno a interesar y atraer a personas que pertenecen al gremio, de tal forma que quieran empezar con el estudio del campo, en este caso, la filosofía. Este caso es relevante para una buena divulgación por sus características de crítica, argumentativa, falible, etc. Esto significa que quien se acerque a ella pronto dudará y se aproximará a otros temas usando estas características.

Por otro lado, al mostrar la relevancia y uso de la filosofía acercara inevitablemente a nuevos jóvenes a convertirse en filósofos. Hay que recordar que el ejercicio de la divulgación no pretende tergiversar el tema a tratar ni tampoco se trata de desvirtuar la complejidad del asunto: “En cambio, la divulgación, sea de mayor o menor nivel, tiende a

simplificar. Basta que la simplificación pedagógica y abreviadora no tergiverse ni trivialice la esencia de unas ideas. Basta no confundir sencillez con simplismo” (López, 2013, p. 310) Es de esta forma que la divulgación filosófica puede atraer a nuevos prospectos interesados en temas complejos sin necesidad de degradar el tema a tratar, aunque siempre considerando que hay cierta adaptación para invitar al acercamiento.

En segundo lugar, el beneficio de la sociedad puede ir en dos sentidos. Cercano al anterior, cuando se invita a más colaboradores al campo, la sociedad completa goza de los beneficios de sus descubrimientos o procedimientos. Para el caso de la filosofía, estos pueden producirse resolviendo controversias en la ética para casos como el aborto, presionando a los gobiernos y empresas por un mundo más justo y benéfico o libros que cuestionen nuestros sesgos y prejuicios haciendo que las personas sean más amables, respetuosas y menos dogmáticas. El acercamiento del conocimiento especializado a públicos más amplios extiende también estos beneficios al público en general. Esto vincula los campos académicos con el interés último de los centros de investigación que es las personas.

El tercer punto atañe al beneficio individual de quien se acerca al estudio especializado, en este caso, de la filosofía. Este refiere, precisamente a la manifestación del conocimiento destrezas que brinda el pensamiento filosófico, reflexivo, crítico, analítico, etc. La filosofía puede ayudar a encontrar sentido y respuestas para tomar acción práctica.

Sobre la divulgación filosófica han surgido diferentes propuestas filosóficas desarrolladas fuera de la academia. Estas propuestas han sido cada vez más frecuentes en México y otros países con actividades como proyectos de cafés filosóficos, consultorías,

publicaciones de temas de cultura popular, proyectos de filosofía para niños y porque no, podcasts. Tanto, que ha sido llamado un *boom* divulgativo de la filosofía (Vargas, 2007)

Esta explosión se relaciona con una crisis que se manifiesta, por ejemplo, en que la presencia de la filosofía es cada vez menor o inexistente en la actividad y debate público. Al mismo tiempo, se observa en la creciente eliminación de la filosofía en los sistemas educativos neoliberales, cuya racionalidad de formación es la práctica y remuneración económica inmediata. Otra crisis ocurre en el empleo, que deja a la filosofía y sus practicantes en una inestabilidad que obliga a buscar empleo en espacios diferentes al de su formación.

Por otro lado, se ha desarrollado una conciencia que dicta una renovación en lo denominado filosofía clásica, que busca la practicidad y la relevancia cotidiana. Esto, vinculado con las redes sociales como modificadoras de la relación emisor-receptor, que afecta las posibilidades de reacción de las audiencias y que facilita que cualquiera puede ser un potencial creador de contenido y conocimiento.

La divulgación filosófica puede entenderse entonces como el proceso de acercar el conocimiento pertinente de la filosofía académica a todas las personas no filósofas. La accesibilidad permite poder interpretarlo y afrontar sus pertinentes dudas acerca de lo filosófico pues no hacemos filosofía porque somos humanos somos humanos porque hacemos filosofía.

Así, la divulgación filosófica no solo es un capricho, sino que nace de una necesidad tanto social como económica como de política como de carácter individual que surge en la conciencia de un sujeto filosófico. Pretende aportar conocimiento a la población cómo pensar

según el pensamiento de diferentes autores y cuáles deberían tener mayor presencia y por qué.

La pertinencia de la divulgación depende de su propósito y la coherencia con la que se vincule a las distintas propuestas, analítica, continental, europea, africana, latinoamericana, oriental, occidental, académica, práctica, etc. Modos de entenderla hay tantos que sería imposible llegar a un consenso. Por lo tanto, se divulga filosofía desde una tradición o modo de entenderla. El divulgador elige una manera de explicarla; (mecanicista, estructuralista, economicista, funcionalista, fenomenología, etc.). Además, selecciona qué pensamientos y autores entraran en su compilación divulgativa (videos, libros, podcasts, etc.). El criterio de selección estará en función de su dominio del tema, su interés, agrado o algún otro. Así es como no existe una neutralidad al momento de hacer divulgación. Siempre estará cargada de sesgos o subjetividades de quien desee transmitirla. “La divulgación filosófica será siempre divulgación de particularidades de ella, es decir no se transmite una visión global de la filosofía sino una forma de entenderla” (Anaya, 2020, p. 114)

Finalmente, la divulgación para una filosofía práctica es relevante porque permite desarrollar metodologías científicas actuales, determinar nuestras formas de vida y justificar cómo funciona todo nuestro ambiente, por lo que está presente en el desarrollo de la vida y las interacciones cotidianas. Al final, “las ideas se tienen; en las creencias se está” (Ortega, 1970) así que la filosofía se propone como la mejor manera de entender las razones y las formas en las que se construyen las creencias que sostienen la persona y sus actos

Por eso se pretende divulgar la filosofía para que las personas reflexionen porque y como creen lo que piensan, aportar a la resolución y configuración de nuevas dudas filosóficas y contribuir a la revalorización y el prestigio de los filósofos.

Así la filosofía deja de ser una prestidigitación teórica para ser un arte de la vida tal como lo era en la época de las grandes escuelas filosóficas de la antigüedad como el estoicismo, epicureísmo, escepticismo, aquella época denominada el Helenismo (Castillo, 2009, p. 159)

### **La filosofía aplicada: Ni Bestias ni Dioses**

El podcast que se propone responde a esta visión de la propagabilidad para la generación de una cultura participativa, desde el creador del contenido hasta las audiencias con las que se interactúa. El podcast debe recuperar los intereses de la extensión del conocimiento experto hacia los interesados, desplegando la filosofía a su alcance mediante la tecnología, desde las Humanidades Digitales.

Así, como resultado conjuga estas visiones, pero como detonante de un proyecto que pretende prolongarse, se realizó una primera temporada del podcast con cinco capítulos. Sus características se evaluaron de acuerdo con la pequeña investigación realizada y mostrada en el desarrollo de esta tesis.

De entrada, se ha buscado un nombre que medie entre la atracción a un público con un módico interés por la filosofía y la sugestión suficiente para llamar la atención entre la amplia oferta de podcast con los que se encontrará en las plataformas. La decisión fue por Ni bestias Ni dioses, este título remite a una mención que hace Oscar de la Borbolla en su texto

“La rebeldía de pensar” de Nietzsche, donde nos dice: “El que no piensa, como bien dijo Nietzsche, es un Dios o una Bestia” pero ¿por qué alguien que no piensa sería un Dios o una Bestia? porque pensar, al menos en el sentido que defenderá De La Borbolla en su texto, sólo es posible para los humanos, puesto que somos ocaso y tránsito cómo menciona Nietzsche en el Zarathustra; pensamos y luego pensamos, mantenerse en ese estado es una hazaña que nos humaniza, una bestia no puede pensar puesto que no tiene la capacidad de hacerlo, es un autómatas de sus impulsos, está atado a la esfera de la inmediatez por decirlo en un sentido Kierkegaardiano, mientras que un Dios es omnisapiente, al saberlo todo, entonces, no sabe nada, pensar es un fin y un propósito; su fin es el del entendimiento pero su propósito el de humanizarse, el de hacerse, y ese camino no acaba nunca.

A partir del benchmarking que se ejecutó sobre otro podcast de filosofía en las plataformas principales, se optó por un formato tipo monólogo para los episodios. Esto permite un acercamiento muy personal e íntimo con la audiencia, que da espacio a darse a conocer; contar pequeños relatos de uno mismo, relatos y menciones que dan la posibilidad de conocer al *podcaster* y que, con esas pequeñas confesiones, muchas veces sin ser consciente de ellas, revelan nuestro carácter y persona, quienes somos. Cada episodio dura entre 20 y 30 minutos. En este tiempo se espera poder brindar conocimientos y herramientas interesantes para responder a la pregunta particular de ese capítulo, y de esta manera interesar y acercar a las personas a la filosofía.

Otra decisión a este respecto fue el nivel de guionización. Para esto, se aprovechó el desarrollo de esta primera temporada para realizar una serie de pruebas (Anexo 2). Para el primero y el segundo, se realizó un guion que se leería por completo, pero con un estilo de

escritura que simulara una forma de habla oral de manera que mantuviera fiel a los beneficios del está; como la espontaneidad, intimidad y un acercamiento más real a la audiencia, de manera que no se pensara que todo lo presentado es preparado, sino solo parcialmente preparado, ya que cuando se lee todo lo dicho, aunque sea de forma oral, se mantiene por completo en la estructura de lo escrito, no es que de la otra forma no haya inherencia de lo escrito, pero se pierde toda característica única del proceso improvisado de la oralidad. Para el tercero, se hizo un guion más corto, en el que se formularon solo unos párrafos con el mismo estilo del primero y el segundo, pero el resto fue una lista de conceptos puestos en el orden en el que se acudiría a ellos según se narrara el capítulo, para el cuarto, se realizó una presentación expositiva, de manera que se simulara el exponer de un tema, pero cuidando lo que expone ya que no podía verse lo que yo observando en esa puntualización de temas que facilite la argumentación ordenada.

El formato de monólogo de aproximadamente media hora, como los temas a medio punto entre la filosofía y la vida cotidiana y su nivel de guionización se orientan por el tercer punto de la cultura de convergencia (Jenkins, 2015) que sugiere crear un contenido que sea atractivo para públicos diversos y con propósitos dispares de tal forma que les invite a compartirlo y aplicarlo en su contexto. Los temas abordados en el podcast son desde el respeto y desde un posicionamiento abierto al diálogo, para que incluso quienes puedan oponerse puedan acercarse al contenido y, en el mejor de los casos, cambiar de opinión o aportar a la discusión para mejorar o actualizar.

Esta última apela también a la generación de un contenido orientado hacia la participación, bajo un paradigma de propagabilidad. En este sentido es importante que la

producción del contenido sea fácil de compartir y por tanto evite una colocación centralizada que pretenda obligar a la audiencia a permanecer. Esta es la razón por la que se han elegido plataformas como Spotify y Apple Music. Estos ofrecen una interacción sencilla con el usuario donde no es difícil salir de una opción que no haya gustado. Esta facilidad de manipulación y las posibilidades de compartir superan inconvenientes como la presión que la audiencia puede llegar a sentir de sentirse forzados a permanecer en un espacio, facilitan el acercamiento al contenido al eliminar obstáculos para su reproducción e incluso permite que los usuarios se identifiquen con el contenido y busquen compartirlo gracias puesto que lo consideran valioso y libres de compromisos.

Como parte de las características de la cultura participativa, la generación de un contenido atractivo y útil para los espectadores debe acompañarse del reconocimiento de su participación. Por lo tanto, de forma constante se invita a que sigan el podcast, den *like* o compartan y generen evaluaciones y compartan opiniones. Además, se enfatiza lo importante que es cada una de estas atribuciones, por muy pequeñas que para ellos pueda significar. Para ello se generará un agradecimiento con un banner de audio en el podcast agradeciendo y haciendo saber qué son importantes para el canal.

Otro método será dar la oportunidad a los seguidores de participar de vez en cuando en diferentes actividades del canal. Primero, abriendo la posibilidad de proponer temas y generar preguntas que puedan discutirse en futuros episodios. Además, se integrarán dinámicas de acercamiento en las redes sociales asociadas a la difusión del podcast, específicamente Instagram.

Por lo tanto, a la par del estreno del podcast en las plataformas correspondientes, se ha abierto un perfil en esta red social, @nibestiasnidiodes. Al final se plantea abrir una cuenta de YouTube con un archivo de los programas con una animación o imagen de fondo interesante, para que la audiencia pueda localizar y compartir el contenido por este entorno digital. Ambos se establecen como medio de comunicación entre el creador del contenido, el propio contenido y la audiencia de interés. Desde ahí se generarán agradecimientos y reconocimientos, invitaciones y dinámicas orientadas a la participación.

Se ha seleccionado Instagram principalmente por el crecimiento que ha tenido en México en años recientes. Instagram, al ubicarse en el tercer lugar entre las redes sociales más activas globalmente, tiene una considerable base de usuarios, alcanzando los 120.000 millones de individuos activos en el mundo. En el contexto de México, la plataforma cuenta con al menos 36.7 millones de usuarios activos, lo que subraya su presencia significativa en el país. A nivel global, aproximadamente el 15.1 % de la población mundial utiliza hoy Instagram, destacando su alcance global. La demografía de usuarios revela que las personas de entre 18 y 24 años constituyen la mayor proporción de la base de usuarios a nivel mundial, mientras que la distribución de género muestra que el 48.4% son mujeres y el 51.6% son hombres. Estas estadísticas respaldan la decisión de crear un perfil vinculado al podcast "Ni Dioses ni Bestias" en Instagram, dada la amplitud y diversidad de la audiencia que la plataforma ofrece. (Cocktail, 2024)

Además, se prevé que el incremento de usuarios continúe en los años siguientes hasta alcanzar 1.44 miles de millones de personas para finales de 2025, lo que da cuenta de 31.2

por ciento de la población mundial (Dixon, 2023). Esto describe un panorama prometedor a partir de la relevancia de la plataforma en México y a nivel global

Por su parte, YouTube, como una de las plataformas líder en la difusión de contenido en línea, presenta cifras que respaldan la creación de un perfil para el podcast Ni Dioses ni Bestias. Cuenta con más de dos mil millones de usuarios activos mensuales a nivel mundial, lo que describe su influencia en términos de alcance y participación. En México, la presencia de la plataforma es igualmente significativa, con más de 89 millones de usuarios activos. Las estadísticas demográficas indican que, globalmente, el 62% de los usuarios de YouTube son hombres y el 38% son mujeres, con una distribución de edad que destaca a personas de entre 18 y 34 años como la mayoría de la audiencia. Estos datos respaldan la decisión estratégica de establecer un perfil en YouTube para el podcast, considerando su impacto a nivel mundial y su relevancia en la escena digital mexicana. (Ceci, 2024)

Para provocar que el público utilice el contenido de formas imprevistas se proponen dos actividades. La primera consta de pedir a la audiencia que participe en un concurso de ediciones. A saber, puede realizar un *reel* o video corto para Instagram en donde, de forma creativa, demuestre la importancia de la filosofía haciendo mención del canal. El premio será una mención personalizada de agradecimiento del canal, un libro de una buena editorial de filosofía y *merchandise* oficial de la cuenta.

La segunda es la invitación a compartir en las cuentas fragmentos de audio o video, dos minutos que expliquen la relevancia de un autor para una problemática actual de su comunidad. La decisión puede emitirse desde el criterio del productor del podcast o puede

someterse a votación desde la audiencia. Según la creatividad y relevancia se puede extender la invitación a participar en un futuro episodio del tema.

Ambas dinámicas son esfuerzos por animar la participación de los usuarios y generar interés desde los seguidores hacia nuevas audiencias por acercarse al producto como fuente de inspiración o por los premios. Pero, más allá de este primer paso de acercamiento, se busca construir una comunidad no especializada en torno a un interés compartido específico, la filosofía.

Se trata de una afinidad compartida por las audiencias que, se pretende, serán participantes activos en la consecución de *Ni Bestias Ni Dioses*. Pero ciertamente es la fascinación del creador del contenido, que, además elabora esta tesis. Por lo tanto, se trata de un interés auténtico, que orienta una producción honesta, base de una vinculación genuina con la futura audiencia y eventuales fans.

### ***Los temas de Ni Bestias Ni Dioses***

Los temas se seleccionaron para divulgar la filosofía que acercara a las personas a un entendimiento más adecuado sobre está y su relación y relevancia con las actividades cotidianas de las personas y sus vidas en general. La divulgación de la filosofía no ocurre de manera neutra, pero esto no implica que ocurra de forma arbitraria.

Dado el sesgo de facto que ocurre en la divulgación, además de la discrecionalidad en la elección del medio, la selección de los temas parte del interés del creador del podcast, según las circunstancias, la observación y un particular interés por el abordaje. “La divulgación filosófica será siempre divulgación de particularidades de ella, es decir no se

transmite una visión global de la filosofía sino una forma de entenderla” (Anaya, 2020, p. 114).

Para soportar esta colección, se emplearon dos filtros propios de las circunstancias del podcast y las condiciones del entorno de cultura participativa en el que se inserta. El primero surge de la sección de búsquedas de Google, ya que el buscador ofrece una página de estadísticas, *Trends*, para observar los temas, noticias, eventos, etc. más buscados por país. Los datos de México facilitan el acercamiento a los intereses locales, a partir de los cuales se ubicará un panorama general.

La página de inicio de Tendencias de Google presenta temas agrupados que Google detecta que están relacionados y son tendencia juntos en la Búsqueda, Google Noticias o YouTube. Las Historias de tendencias se recopilan en función de la tecnología Knowledge Graph de Google, que recopila información de búsqueda de esas tres plataformas de Google para detectar cuándo las historias son tendencia en función del aumento relativo en el volumen y el volumen absoluto de búsquedas. (Support.Google, 2023)

Esto quiere decir que los factores que usa Google para determinar qué temas son tendencia serían el de un pico relativo en el volumen de búsqueda y el volumen absoluto de búsquedas. Esto implica que no se especifican relaciones con el tema más que el hecho de que se buscó. Sin embargo, nos da una noción de algún interés o tópico de moda en el área geográfica que pueda incentivar el interés por el contenido del podcast.

El segundo filtro también se vincula con el paradigma de la *propagabilidad* mediante una selección de temas que sean de importancia para la audiencia o incluso seleccionados

por ellos mismos. Entonces se propone abrir distintos canales de comunicación donde la audiencia pueda hacer preguntas, elegir entre temas, proponer ideas, participar en sorteos, búsqueda de información adicional, etc. El primero es el perfil de Instagram que se abrió para el podcast. Esta plataforma puede servir como puente de interacción para promocionar, pero también para recibir retroalimentación de la audiencia. Al final, la cuenta de YouTube puede ser un espacio de interacción. Este segundo filtro irá cobrando fuerza conforme se consolide la comunidad en torno al podcast y en los perfiles de redes sociales asociados.

Coherentemente, para argumentar cada tema se seleccionaron diferentes libros y autores expertos en su respectivo campo mencionados al principio de cada capítulo. Esto permitió tener un sostén bibliográfico para justificar lo que se argumenta. Además, estas referencias se comparten con la audiencia para poder buscarlas por cuenta propia y crear un juicio por sí mismos.

Los primeros dos capítulos tienen la intención de mostrar qué es la filosofía, cómo se practica y cómo justificar lo que decimos. En resumidas cuentas, apunta al reconocimiento de la filosofía en la vida cotidiana y de los procesos de conocimiento desde su visión, lo que abre la puerta para el abordaje de los temas en futuros capítulos.

Además, era importante dar un aproximado a estas dos cuestiones para que la audiencia tuviera una mejor capacidad de distinguir a la filosofía de lo que no lo es, puesto que filosofía en el uso cotidiano es una palabra polisémica que puede generar confusión. Esto resulta particularmente relevante al considerar que no existe un filtro en las plataformas para la categoría de filosofía y que una búsqueda del tema arroja contenido de *gurús* de negocios

o autoayuda, de medicina alternativa, de *mindfulness*, de meditación, de *chakras* y de otros contenidos en esta línea.

Para exponer y justificar lo dicho en cada uno de estos capítulos se utilizó las siguientes referencias:

- “Que es la filosofía y como se practica” de André Comte Sponville

Se acudió a este título en particular ya que André Comte Sponville da una definición de filosofía lo suficientemente concreta para definirla y distinguirla del resto de actividades racionales y que de una u otra forma también buscan la verdad sin que necesariamente sean filosofía, pero por otro lado lo suficientemente amplia para que ningún filósofo, al menos no ninguno relevante para la historia de la filosofía occidental y oriental, quedara fuera de esta demarcación. Además, no solo es un gran escritor, también tiene fama por la claridad de sus textos y exposiciones, lo cual se agradece, finalmente es de mis filósofos favoritos y por ello decidí comenzar con él.

- “*Knowledge: A Very Short Introduction*” de Jennifer Nagel

Nagel es una reconocida doctora epistemóloga, filósofa de la mente y metacognición. Esta obra fue publicada por la editorial de *Oxford Universal Press*, una reconocida línea editorial filosófica de suma importancia que por tanto nos da excelentes razones para usarlo en un capítulo que pretende hablar sobre qué es el conocimiento, además, al introducirnos al mundo de la filosofía, por motivos históricos y sociales de exclusión, es muy común que no nos encontremos en primera instancia con mujeres que hagan y practiquen filosofía, por lo que no está nada mal ir combatiendo esos sesgos desde un principio.

\* “¿Hay filosofía en tu nevera?” de Enric F. Gel

Enric es doctor en filosofía y tiene una de las cuentas más grandes de divulgación de filosofía en español, este reciente libro de él aborda de manera extraordinaria una introducción específica a la filosofía y usamos un apartado de este que se dedica a hablar del conocimiento y el escepticismo que puede surgir de dicha rama.

El tercer capítulo tiene el propósito de hacer una reflexión sobre las formas en las que se habita y se relaciona en las sociedades actuales. Se comparte cierta racionalidad con lo que la mayoría aprende a vivir y que se ve influenciada por sus sistemas económicos y de manera implícita su ethos. Dicho así, este capítulo trata de hacer divulgación que permita a las personas entender cómo es que la filosofía puede ayudar a responder a la pregunta de ¿en qué tipos de sociedades habitamos?

Para exponer y justificar lo dicho en cada uno de estos capítulos se utilizó las siguientes referencias:

- “La sociedad del cansancio” de Byung- Chul Han

Han es un filósofo surcoreano y profesor en Berlín que ha alcanzado una enorme fama los últimos años, este libro fue uno de sus distintos trabajos que dio mucho de qué hablar y lo catapultó a la fama. Aunque es un autor que nunca dejó de ser controversial, amado u odiado, nunca deja de ser un autor interesante y con ideas necesarias para el mundo en el que vivimos.

En el cuarto capítulo se trata de responder a una pregunta elemental en el campo científico, ¿Qué es la observación? La pregunta invita a una reflexión más profunda sobre

qué se supone que es observar. Así las personas pueden acercarse a cómo es que la ciencia requiere filosofía y como está, de hecho, una disciplina rigurosa que permite a los científicos tener un acercamiento más adecuado del mundo.

Para exponer y justificar lo dicho en cada uno de estos capítulos se utilizó las siguientes referencias:

- “Patterns of discovery” de Norwood Russell Hanson

Hanson es uno de los filósofos de la ciencia más influyentes del siglo pasado, si bien no tiene la fama de filósofos como Karl Popper o Thomas Khun, en definitiva, tiene tanto material y cosas interesantes que decir como ellos. Este título fue publicado por la editorial filosófica de *Cambridge University*.

Finalmente, en el quinto y último capítulo se hace una reflexión sobre qué se supone que es o estudia la ética. Es un cuestionamiento fundamental que todos experimentan en carne propia en las decisiones cotidianas. Así, se ofrece un abordaje introductorio al tipo de preguntas y argumentaciones que se construyen desde el campo de la ética.

Estas reflexiones filosóficas, aunque antiguas como ella misma, tienen más que nunca una relevancia vital en nuestras vidas contemporáneas. Reflexionar sobre la verdad implica considerar la importancia de creer en ella. Comprender y modificar nuestro entorno requiere una comprensión clara de cómo habitamos. La seriedad atribuida a la filosofía, a menudo percibida como meras reflexiones matutinas distantes de campos rigurosos como la ciencia, se convierte en un punto de reflexión crucial. Exigir justicia se basa en la comprensión del significado de vivir bien, planteando preguntas éticas fundamentales. Estos aspectos

constituyen la temática clave de cada capítulo: filosofía, conocimiento, verdad, sociedad, ciencia y ética. La reflexión ordenada sobre estos temas destaca su relevancia en la comprensión y mejora de nuestra existencia, invitándonos a considerar su importancia intrínseca.

## Conclusión

El podcast no es una herramienta más. Es un medio de comunicación con un potencial comunicativo y transformador muy particular; La democratización de su contenido y la libertad creativa que lo caracterizan han permitido el surgimiento y potenciamiento de cualidades muy particulares como la intimidad, autenticidad, espontaneidad y vulnerabilidad. Estas cualidades particulares de poder y transformación, como medio emergente, están en constante tensión con las políticas y lógicas del mercado. Si bien no siempre se oponen, y en ocasiones hasta las mantienen, las dinámicas productivistas y comercializadoras ponen en riesgo sus cualidades esenciales asociadas con el podcast, como la democratización, la espontaneidad y la autenticidad que distinguen y nutren de una amplia gama de posibilidades que lo diferencian de otros.

La democratización porque tiene la posibilidad de encontrar nichos específicos que en otros medios de comunicación simplemente no sería rentable arriesgarse a crear. Por otro lado, la espontaneidad porque permite a los creadores abrirse de formas únicas debido a que para crear un podcast no se depende de tiempos, cortes, guiones, libretos, ensayos, etc. que otros medios de comunicación tradicionales casi siempre deben exigir. Este filtro de filtros facilita la autenticidad de las *podcasters* y sus participantes puesto que son colocados en escenarios, conversaciones y momentos menos controlados y quizá más reales, donde los hablantes se abren de manera que en otros medios no podrían, conmoviendo y enamorando a la audiencia.

Esto es lo que hace que el podcast sea un medio privilegiado para crear culturas participativas. Los nichos tan específicos permiten la creación de comunidades grandes a

pesar de su especificidad. En ellos puede intercambiarse información, compartir experiencias y métodos sobre distintas prácticas, compartir contenido y evidenciar la flexibilidad en la relación entre productores y audiencia.

La cultura participativa no sustituye una práctica política, pero sí la fomenta. En comunidades que crean espacios no solo privados o sociales, sino políticos. Esto hace que las culturas participativas puedan crear cambios significativos en la sociedad por medio de una comunidad unida por distintos temas, proyectos o personificaciones. La cultura participativa remite entonces a crear una identidad más profunda no solo con un producto, sino con una comunidad comprometida que encuentra y da un sentido compartido,

Hay excelentes razones para hacer divulgación de la filosofía. Se sostiene que un acercamiento adecuado a la filosofía puede ayudar a pensar las actividades individuales, sociales o comunitarias. Al final, las personas todo el tiempo tienen que tomar decisiones con relación a temas filosóficos: ¿Debo votar por este candidato que dentro de su agenda pretende prohibir el aborto? ¿Debo votar? ¿Debería evadir impuestos? ¿Estaría mal engañar a mi pareja si pienso que jamás se enteraría? ¿Basta con reciclar para combatir el problema del cambio climático? ¿Debo unirme a una comunidad que da sentido y permanencia al costo de lastimar a otros o transmitir un discurso problemático?

La divulgación de la filosofía entonces tiene la potencialidad de modificar al individuo y a la sociedad. Todos los individuos y colectivos actúan en función de ciertas racionalidades y cosmovisiones, que lo sepan o no, presuponen una filosofía. Por eso crear una cultura participativa que fomente una reflexión más crítica sobre sus propias vidas y problemas, puede lograr cambios individuales y estructurales.

El podcast que se propone tiene el potencial de habilitar estas circunstancias. Como producto de la oralidad, nos remite a una forma de escuchar y entender el mundo. La oralidad desata la reflexión de la escucha y su rico y variado mundo. Con esta forma de comunicación permite expresar no solo una más basta cantidad de formas y palabras al expresarnos, sino que tiene la capacidad de transmitir más allá de lo que se dice sino el cómo se dice. Las pausas entre cada frase y palabra, el ritmo de lo dicho, las variaciones de amplitud, el tono de voz, el rango frecuencial de la persona hace de la oralidad algo único y auténtico que remite a una experiencia distinta a la de otras formas.

Un podcast de divulgación filosófica pone a disposición de quien quiera acercarse una caja de herramientas para entender y entenderse. Entender y entenderse es también entender a otros y esto posibilita crear comunidades que busquen reconocerse, dar y darse sentido y crear mecanismos para ayudarse unos a otros a mejorar las formas que se habitan. Esta es la ambición que posee este proyecto práctico, y espera pueda construir, aunque sea en unas pocas personas o grupos.

## Bibliografía

- Anaya, M. (2020). *La divulgación de la filosofía en México: ¿para qué?* *Diseminaciones*, 3(5), 111–127.
- Ángel-Botero, A. & Alvarado-Duque, C. A. (2016). *Oralidad terciaria: mirada ecológica a la radio digital*. *Palabra Clave*, 19(2), 473-500. DOI: 10.5294/pacla.2016.19.2.6
- Apple. (2021, abril 20). *Apple lidera un nuevo capítulo en la historia del podcasting con Apple Podcasts Subscriptions*. Apple. <https://www.apple.com/mx/newsroom/2021/04/apple-leads-the-next-chapter-of-podcasting-with-apple-podcasts-subscriptions/>
- Arendt, H. (2016). *La condición humana*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Arnaiz, G. (2007). *¿Qué es la Filosofía Práctica? A Parte Rei: revista de filosofía*, 53, 15. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2786624>
- Broncano, F. (2009). *La melancolía del ciborg*. Herder. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt9k5ch>
- Cardoso, L. V. (2017). *HumaniDiversalidades: Projeto de Humanidades Digitais*. In Davinoi, G., *HumaniDiversalidades*, 101-109. Universidade Presbiteriana Mackenzie.
- Cassany, D., Luna, M., & Sanz, G. (1994). *Enseñar lengua*. Graó
- Ceci, L. (16/02/2024) YouTube – Statistics & Facts. Statista. <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/#topicOverview>
- Cocktail (2024) *Estadísticas de Redes Sociales [2023-2024]*. Cocktail Marketing <https://cocktailmarketing.com.mx/estadisticas-de-redes-sociales/>

- Davino, G. (coord) (2017). *HumaniDiversalidades. Projeto de Humanidades Digitais*. São Paulo: Editora Corpo Texto
- Divulgación de las Ciencias Genómicas (UNAM)*. (s/f). Unam.mx. Recuperado el 8 de diciembre de 2022, de <http://www.divulgacion.ccg.unam.mx/editorial>
- Dixon, S.J. (29/08/2023) Instagram: number of global users 2020-2025. Statista. <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>
- Fitzpatrick, K. (2017) The Humanities, Done Digitally. En: *Debates in the Digital Humanities*. University of Minnesota Press
- Flores, A., Jr. (2020). El discurso de la divulgación y la vocación científica y filosófica. *Ciencia y Filosofía*, 57–61. <https://doi.org/10.38128/cienciayfilosofa.v4i4.23>
- Gerbino, L. (2020). Spotify vs. Apple Music. *Backstage Pass*, 3(1), 8. <https://scholarlycommons.pacific.edu/backstage-pass/vol3/iss1/8>
- Goddard, M., Halligan, B., & Hegarty, P. (2012). *Reverberations: The Philosophy, Aesthetics and Politics of Noise*. Bloomsbury Publishing
- Gómez Mompert, J.L. (2011). *La oralidad en la era digital*. La Vanguardia.
- Goucha, M. (2007). *La philosophie: une école de la liberté: Enseignement de la philosophie et apprentissage du philosophe: État des lieux et regards pour l'avenir*. Ediciones Unesco.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

- Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2015). *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Cambridge: Polity Press.
- Leiva, J. (2007). Podcast. *Anuario ThinkEPI*, ISSN 1886-6344, N°. 1, 163-166.
- Llinares, D., Fox, N., & Berry, R. (Eds.). (2018). *Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media*. Nueva York: Springer International Publishing.
- Lombardelli, M.J. (2017) La potencialidad del arte como medio y plataforma para la divulgación. CIEPAAL, 1er Congreso internacional de la enseñanza y producción de las artes en América Latina. Universidad Nacional de la Plata.
- López López, P. (2021). La comunicación filosófica y su divulgación: Filosofía de la comunicación y comunicación de la filosofía: investigación, educación, formación e información filosóficas. *Estudio Agustiniiano*, 48(2), 299–323.  
<https://doi.org/10.53111/estagus.v48i2.184>
- Lozano, G. & Patiño, L. (coord.) (2022). *La difusión de la filosofía ¿es necesaria?* México: Torres Asociados.
- McHugh, S. (2016, julio 10). *Video didn't kill the radio star - she's hosting a podcast*. The News Minute. <https://www.thenewsminute.com/article/video-didnt-kill-radio-star-shes-hosting-podcast-46255>
- McHugh, S. (2020). Michelle Obama, podcast host: how podcasting became a multi-billion dollar industry. *Faculty of Arts, Social Sciences and Humanities-Papers*, 1–7.  
[https://ro.uow.edu.au/asshpapers/71?utm\\_source=ro.uow.edu.au%2Fasshpapers%2F71&utm\\_medium=PDF&utm\\_campaign=PDFCoverPages](https://ro.uow.edu.au/asshpapers/71?utm_source=ro.uow.edu.au%2Fasshpapers%2F71&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages)

- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K. (2020). *The Reuters Institute Digital News Report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)
- Nyhan, J., & Flynn, A. (2014). Oral History, audiovisual materials and Digital Humanities: a new 'grand challenge', Digital Humanities Conference 2014, Suiza. <https://avindh2014.wordpress.com/>
- Ong, W.J. (1982). *Oralidad y escritura tecnologías de la palabra*. México: Ediciones Fondo de cultura.
- Ostria González, M. (2001). *Literatura oral, oralidad ficticia*. Estudios filológicos, (36), 71-80. <https://dx.doi.org/10.4067/S0071-17132001003600005>
- Redacción. (2022, enero 17). *Apple Podcast consolida su liderazgo en descargas frente a Spotify*. Reason Why. <https://www.reasonwhy.es/actualidad/apple-podcast-liderazgo-descargas-spotify-2021>
- Rodríguez Yunta, L. (2013). Humanidades digitales, ¿una mera etiqueta o un campo por el que deben apostar las ciencias de la documentación? *Anuario Think EPI*. <https://digital.csic.es/handle/10261/77511>
- Suárez Quiceno, C. & Castaño Muñoz, W. (2023). *El audiotexto, una forma de oralidad terciaria y una experiencia alternativa de lectura*. Revista Interamericana de Bibliotecología, 46(1), e02. Epub September 01, 2023. <https://doi.org/10.17533/udea.rib.v46n1e347133>

Vilariño Picos, M. T. (2013). *Tecnologías literarias: la oralidad en la poesía digital*. Pasavento. Revista De Estudios Hispánicos, 1(2), 217-229.  
<https://doi.org/10.37536/preh.2013.1.2.636>

### Anexo 1. Evaluación comparativa de podcasts

<b>Nombre</b>	<b>Periodicidad (mensual)</b>	<b>Temática</b>	<b>Idioma</b>	<b>Formato</b>	<b>Duración máxima (minutos)</b>	<b>¿Youtube ?</b>
<b>Marte 19</b>	1 a 2	Clases o historia de filosofía	Español	Diálogo (Invitado)	120	sí
<b>Filosofía de Bolsillo</b>	4	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	20	sí
<b>La Fonda Filosófica</b>	2	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	45	sí
<b>La Filosofía en Rosa</b>	2	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	20	sí
<b>Filosofía, Psicología, Historias</b>	5 a 7	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	10	no
<b>Filosofía a la Gorra</b>	4 a 5	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	120	no
<b>Filosofía y Sociología</b>	5 (descontinuado)	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	20	no
<b>La Filosofía-Sócrates</b>	1 a 2 (descontinuado)	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	3	no
<b>Filosofía de Bolsillo</b>	4	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	20	sí
<b>Curso de filosofía Apolonio</b>	3 a 5	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	30	no

<b>Nombre</b>	<b>Periodicidad (mensual)</b>	<b>Temática</b>	<b>Idioma</b>	<b>Formato</b>	<b>Duración máxima (minutos)</b>	<b>¿Youtube ?</b>
<b>Filosofía Simplemente</b>	3	Clases o historia de filosofía	Español	Monólogo	30	sí
<b>Philosophize This!</b>	1	Clases o historia de filosofía	Inglés	Monólogo	40	sí
<b>Futurosología: Filosofía y ciencia ficción</b>	1 a 2	Filosofía en la ciencia ficción	Español	Ambos	60	sí
<b>Filosofía y Humor</b>	1 a 2	Filosofía y su uso en la vida diaria	Español	Diálogo (Invitado)	120	sí
<b>Charlas de Filosofía</b>	irregular	Filosofía y su uso en la vida diaria	Español	Diálogo (Invitado)	120	sí
<b>El Estoico</b>	2 a 3	Filosofía y su uso en la vida diaria	Español	Diálogo (Invitado)	60	sí
<b>No lo sé, Rick</b>	2 a 4	Filosofía y su uso en la vida diaria	Español	Diálogo (Invitado)	40	no
<b>Filosofía Aplicada (a la vida)</b>	1 a 2	Filosofía y su uso en la vida diaria	Español	Monólogo	30	sí
<b>Juan Denis Filosofía</b>	20 a 30	Filosofía y su uso en la vida diaria	Español	Monólogo	15	sí
<b>Rationally Speaking Podcast</b>	1 a 2	Plática con invitado de filosofía	Inglés	Diálogo (Invitado)	60	sí

## **Anexo 2. Guiones de los 5 primeros episodios de *Ni bestias ni dioses***

### **Guion 1**

Capítulo 1.- ¿Qué diablos es la filosofía?

Hola a todos. Soy Omar Najjar. Esto es: Ni Bestias Ni dioses

Si te gusta el contenido te invito a que visites nuestra página de Instagram para participar de concursos, selección de temas e información adicional.

Este episodio no sería posible sin CONACYT, la UAQ, mi tutora de tesis Rosario Barba, mi familia, amigos y un montón de personas sin las cuales este proyecto simplemente sería imposible.

En el episodio de hoy hablaremos de qué va este proyecto y discutiremos sobre que esa cosa llamada filosofía, espero les guste.

Hola, soy Omar Najjar y como estudiante de posgrado en filosofía hay algo que siempre me preguntan mis amigos, personas que recién conozco o familiares, ¿Qué se supone que hace un filósofo? ¿Para qué sirve? ¿Aún existe la filosofía?

Nunca me había roto tanto la cabeza como ahora intentando pensar en cómo podría responder a la pregunta ¿qué es la filosofía? Verán no es una tarea tan sencilla como se pudiera creer, en realidad es de las preguntas más difíciles a las que me he enfrentado. Cuando alguien nos dice que es un médico, un abogado, o un chef nos parece evidente lo que se supone que es su objeto de estudio, parece autoevidente que es lo que hacen y aunque de hecho esto no es tan obvio como en realidad nos parece, el hecho es que pensar en que es la filosofía en definitiva

no es tan obvio y clara como al menos las otras parecen ser. De hecho, veremos que es una de las tareas más titánicas y jamás acabadas del todo.

He notado que por lo general las personas suelen tener entendimientos muy problemáticos sobre lo que se supone que es o hace la filosofía, cuando la pregunto suelo recibir respuestas de este tipo:

- La filosofía son un montón de ideas que un grupo de sujetos tuvo alguna vez en Grecia
- La filosofía son unas cuantas frases rebuscadas o un montón de acertijos del lenguaje
- La filosofía es una especie de madre de las ciencias, pero ya no sirve ahora que tenemos ciencia.
- No sé qué es, pero la filosofía no sirve de nada

Es por esto por lo que me parece tan importante responder a esta pregunta de forma adecuada, pues todas estas acusaciones no podrían estar más equivocadas,

Y no se me ocurre mejor autor para inaugurar este podcast y tratar de responder a la pregunta ¿Qué es la filosofía? Que uno de mis filósofos favoritos, André Comte-Sponville.

Verán Sponville es uno de esos autores que fervientemente hubiera deseado se me hubieran cruzado en la vida hace años, pero no fue hasta hace menos de un año que apareció en mi radar en una clase impartida por uno de los mejores profesores que jamás he tenido el gusto de conocer. Y durante esta clase fue cuando conocí por primera vez el pensamiento del autor. Llamo tanto mi atención y atendió a intuiciones que en algún momento de mi vida también tuve, que decidí comenzar a leerlo. ¡En esta travesía y como a veces curiosamente funciona la vida, una gran amiga que estimo mucho me presto un libro llamado “la feliz desesperanza” que resulto ser de Sponville! Este libro contiene una pequeña entrevista que le hacen al autor

y en donde resume gran parte de su pensamiento e ideas. Y este libro en definitiva me marco, me emociono muchísimo, verán justo en el posgrado en el que estudio veníamos saliendo de distintas clases especializadas en temas de filosofía de la ciencia, tema que de hecho abordaremos en otro de los capítulos, ahora bien, lo que sí puedo adelantarles es que en filosofía de la ciencia sueles leer mucho contenido muy riguroso y necesario, pero que puede ser cansado y técnico.

¿Por qué te cuento todo esto? Bueno porque hoy vamos a intentar averiguar que es la filosofía y para esto acudiremos a el texto de Sponville titulado “La filosofía, que es y cómo se practica” que calmo mi ansia de conocimiento y dudas, pero no sin dejarme con más dudas, como todo buen libro de filosofía debe hacer.

### **¿Qué es la filosofía?**

Alguna vez, por pura curiosidad, quizá yo que se JAJAJ Si no lo han hecho, les cuento que qué hay muchas definiciones y no todas son muy claras o parecen siempre dejar algo importante de lado, incluso si buscan la definición que haya dado algún filósofo famoso o lo que sea se darán cuenta que todos han dejado definiciones muy distintas unas de otras y que siempre acaban obedeciendo a su cosmovisión, por ejemplo para Platón (427-347 a. C.): “La filosofía es la ciencia de la razón de las cosas” para San Agustín (354-430): “La filosofía es un afán de Dios”. Para Bacon, Francisco (1561-1626): “La filosofía es el conjunto de los axiomas comunes a todas las ciencias” para Hume, David (1711-1776): “La filosofía no es otra cosa que la ciencia del hombre, en orden al problema del conocimiento”. Hegel, George W. Friedrich (1770-1831): “La filosofía puede definirse, ante todo, de una manera general,

diciendo que es la investigación de las cosas por el pensamiento. Ciencia de la Idea que se piensa a sí misma”. “Solamente la filosofía es el pensar libre, puro, ilimitado”.

Por eso Sponville se da la tarea en este libro de dar una definición adecuada, clara y precisa de lo que es la filosofía sin dejar a ninguna de estas figuras importantes de fuera, entonces, comencemos.

Hay una respuesta clásica que se retoma siempre del libro el Banquete de Platón. Verán contaba el antiguo mito griego que había una gran fiesta en el Olimpo, los dioses celebran el nacimiento de Afrodita, la Diosa del amor, una vez terminado el festín aparece una figura escuálida, esta se llamaba Penia y era la carencia, venía a buscar las sobras del festín pero a lo lejos nota a Poros, dios de la abundancia, acostado, así que decide salir al jardín de Zeus donde se encontraba Poros y se acuesta junto a él, lo abrazo lo despierta y conciben a un hijo que nombraron Eros, el amor. Si porque pues los griegos son un cachondos, en fin, continuando.

Eros hereda de Penia la carencia y el ir de aquí para allá, mientras que de Poros hereda el coraje, la energía lo que lo hace un gran buscador de lo bueno y lo bello.

Esto hace a Eros, el amor, algo único, ni mortal ni inmortal, vive cuando se enriquece, una vez enriquecido muere y luego renace para volverse a enriquecer. El amor entonces es la búsqueda de aquello que no se tiene, se ama lo que uno carece

Sponville dice en otros de sus libros: “Eros, por el contrario, no descansa nunca. Estar incompleto es su destino, puesto que la carencia es su definición. Es rico por lo tanto de todo lo que carece, y pobre para siempre de todo lo que persigue; así pues, no es rico ni pobre, o

es lo uno o lo otro, siempre entre la fortuna y la miseria, entre el saber y la ignorancia, entre la felicidad y la desgracia”.

La filosofía se caracteriza entonces por siempre estar en un eterno estado de búsqueda que puede aparecer en cualquier lado y que nunca puede ser satisfecho del todo, y por esa misma razón es abundante, por lo mucho que carece, porque el saber es infinito e insaciable. Por tanto, la filosofía es esa búsqueda de lo que nunca podremos poseer y que vale la pena buscar hasta el fin de nuestros días. Ahora ya saben porque la etimología de filosofía proviene del griego “amor a la sabiduría”

Pero no cantemos victoria tan rápido amigos, esta es una bella historia que intenta explicar sustancialmente que es el amor y como se relaciona con la filosofía, pero la etimología no es suficiente para establecer que es la filosofía, definir filosofía por etimología sería una falacia etimológica, un error de razonamiento, de la misma forma que el hecho de que salario provenga de la etimología *salarium* que significa suma que se daba a los soldados en sal y justo uno puede percibir un salario hoy en día y no significa que te van a pagar en sal, en fin continuemos

En esta obra el autor abre con la siguiente cita:

“” ¿Qué es la filosofía? La pregunta ya es filosófica o, en cualquier caso, puede llegar a serlo (ninguna pregunta es filosófica por sí misma: solo llega a serlo en el sentido de una determinada problemática, que le concede su sentido y alcance), lo que explica que haya tantas respuestas diferentes, o poco le falta, como filosofías diferentes.””

Con esto nos dice que no cualquier pregunta es filosófica, pero que cualquier pregunta puede llegar a serlo, la filosofía no ocurre así de la nada, ocurre por y en un contexto que le da cuerpo, esto quedará mucho más claro hacia el final del programa, pero ahora bien entonces ¿Qué es la filosofía?

**“” No todo saber, incluso racional, es filosófico y es dudoso que la filosofía sea un saber””**

**Aquí Sponville nos da una primera pista**, no todo saber es filosófico y la filosofía no es necesariamente un saber. Para explicar mejor esto veamos el ejemplo de Sócrates, el famoso filósofo por ser el más sabio de todos al reconocer que solo sabía que no sabía nada. Es decir, si la filosofía fuera un saber, ¿Cómo podría ser Sócrates uno de los grandes filósofos de la historia si su único saber era uno negativo?

Y haciendo referencia a Sócrates, la filosofía tampoco podría ser simplemente quien escribe libros o textos sobre ello, pues este nunca escribió un solo libro en su vida.

Entonces ¿Es una actividad? ¿Una práctica? ¿Una disciplina?

Es más, una praxis aristotélica que una poiesis, pero Omar, ¿qué diablos es esto?

La praxis en general se toma como una “acción”, caminar, tomar agua, construir una torre de legos, que se yo. Pero Aristóteles distinguió entre dos tipos de prácticas: La praxis y la poeisis.

La Poiesis son todas las actividades que producen un efecto u objeto diversos de sí mismos, toda actividad que tenía como objetivo el paso desde la no-existencia hacia la presencia, y ubicaba en el centro de esta actividad a la misma producción de esta presencia.

En pocas palabras la poiesis para Aristóteles son actividades que producen un objeto u efecto específico, tienen la expectativa de un resultado, por ejemplo, construir una silla, una pintura, o cocinar un pastel.

Mientras que la praxis alude a todas aquellas actividades que contienen su finalidad en sí mismas, no tienen un objeto u efecto específico material, es una acción que produce cualidades en el ser, pero no produce algo exterior.

Aristóteles da un muy buen ejemplo para entender esto, pensemos un segundo en la amistad, ¿Qué es tener un amigo?

Un amigo es aquella persona con la que se decide tener una relación afectiva, alguien que elegimos y en la que confiamos, con la que jugamos, interactuamos, le contamos nuestros chismes, con la que vamos al cine o a comer, en fin, un amigo es muchas cosas, pero ¿Por qué tenemos amigos?

Podríamos pensar que uno tiene amigos por placer o diversión, y en parte tiene razón; con los amigos vamos a fiestas, echamos las chelas, disfrutamos de su compañía, nos hacen reír, pero ¿un amigo siempre nos causa placer o diversión? No creo, los amigos también nos dicen las verdades duras, con un amigo a veces discutimos, peleamos, están y acompañan en momentos difíciles como la pérdida de un ser amado, entonces la amistad puede otorgarnos diversión o placer, pero no por eso se tiene amigos.

Podríamos pensar que uno tiene amigos por interés o utilidad, y de nuevo tendría razón; los amigos nos conectan con personas para conseguir trabajos, los amigos nos hacen paros en problemas, los amigos nos invitan a cenar o prestarnos para completar el pago de la renta, pero ¿un amigo solo es aquel útil o que cumple con nuestros intereses? Qué pasa si un amigo se queda sin dinero, que pasa si un amigo ya no puede invitarte a cenar o no tiene contactos que te ayuden a encontrar trabajo o a encontrar el amor, ¿qué pasa cuando un amigo en este sentido nos es inútil? ¿Deja de ser nuestro amigo?

Aristóteles diría que, por ninguna de estas razones, los verdaderos amigos se desean el bien, tienen una relación pura y desinteresada en la que no tienen objetivos y efectos de nosotros, en el que solo buscamos compartir lo bueno de la vida sin buscar nada a cambio, por supuesto podemos tener expectativas de amistades y de cómo esperaríamos que actúen con nosotros, pero quien esperaría un resultado asegurado como si fuera una máquina o una ley científica, es una actividad que se basta.

Ya podemos entender entonces a Sponville cuando escribe "La filosofía es más una praxis que una poesis, más una actividad que una creación. No tiene necesidad, para ser lo que es, de una finalidad exterior; se basta a sí misma y no produce otra cosa, cuando ello sucede, que por añadidura."

La filosofía es una praxis con su finalidad en sí mismo, no nos ofrece respuestas, por eso cuando lo hace es un plus, un extra, no su función u objetivo.

Ahora bien, la filosofía es una práctica, pero ¿Qué tipo de práctica es? ¿Cómo se practica?

Sócrates, como ya mencionamos, no se atribuía ningún saber que le fuera propio y no escribió ningún libro, no era científico ni un escritor. Pero ¿qué es lo que hacía Sócrates? Pues hablaba y razonaba, y este discurso racional o esta razón discursiva también conocida como **logos**, ofrece un punto de partida mínimo para nuestra definición.

“” Un sabio puede prescindir de palabras, de conceptos y de razonamientos. Un filósofo, considerado en tanto que tal, no.””

Para explicar esto, piensen en lo siguiente:

Todos conocemos la sabiduría que tienen muchas de nuestras abuelas y abuelos, bien dice el dicho que más sabe el diablo por viejo que por diablo, ellos podrán darte sabios consejos debido a su experiencia de vida, pero esto no necesariamente los hace filósofos, si les preguntamos el porqué de sus sabios consejos probablemente no sepan justificarlos ni explicarlos. Un sabio puede prescindir de palabras, de conceptos y de razonamientos, pero un filósofo considerado en tanto que tal, no. Esto nos revela dos cosas, que la filosofía no es equivalente a ser sabio, y que el filósofo siempre debe tener razones y conceptos.

**Entonces aquí tenemos otra pista**, la filosofía es un discurso racional, pero que quiere decir esto.

Sponville da un ejemplo muy práctico que puede ayudarnos a entenderlo, pero para esto primero tendré que presentarte de forma rápida a un viejo filósofo llamado Diógenes de Sinope, también conocido como Diógenes el perro pa los compas.

Diógenes conoció en Atenas a Antístenes un discípulo de Sócrates y el padre de una filosofía conocida como “cinismo”, este le rechazó varias veces hasta que ya por fin le dio chance después de tanto insistir que lo hiciera su alumno.

Diógenes pasaría a la historia como el cínico más famoso de la historia, pero ¿Por qué?

**Los cínicos** valoraban la pobreza como una virtud, esto normalmente es muy mal interpretado, no es que querían ser pobres por ser pobres, sino que esto era una señal de verdadera libertad, era la única manera de ser libre de toda expectativa y deber que pudiera ser impuesta por la sociedad, la única forma de ser verdaderamente libre era poder vivir con lo justo y necesario, por eso andaba descalzo, vestía todo los días el mismo manto sucio, y solía llevar un cuenco para beber a todas partes, hasta que un día vio en la fuente de una plaza a un niño tomar agua con las manos, y decidió librarse de su cuenco.

Todo lo que no fuera necesario era superfluo. La gente actuaba y pensaba en función de la opinión de los demás en lugar de forjarse su propia opinión sobre el asunto.

Piénsenlo bien, alguna vez han estado en una reunión de etiqueta, formal o lo que sea y entonces se dan cuenta como muchas personas cambian y se sienten mucho, empiezan a hablar de forma seria y dicen cosas como “Sí claro, la economía de esta país no se efectuando como debería” “cierto cierto charles” JAJA ya en serio en estas reuniones podemos ver como a pesar del calor infernal que pueda hacer y lo aburrido que pudiera llegar a ser, las personas siguen con su saco puesto, las mujeres con sus altos e incómodos tacones y dicen lo que se supone han de decir, y se comportan como la etiqueta dicta, y en eso uno voltea a lo lejos de la sección de niños y los ve corriendo sin saco por el calor, jugando, riendo, gritando y divirtiéndose, diciendo y exclamando lo que realmente piensen aunque pueda ser algo

totalmente irreverente, bueno esto es lo que los cínicos anhelaban, aquella libertad recluida por las etiquetas, por los que dirán y por las expectativas que falsamente crea la sociedad.

Ahora bien, era de suma importancia tener este contexto y conocimiento en cuenta para explicar lo siguiente.

Diógenes solía ir a lugares públicos como el ágora y masturbarse enfrente de todos, pero ¿porque esta actividad, esta praxis, era filosófica en él? Porque si tú vas y te masturbas en un lugar público nadie pensara que eres un filósofo, bueno por el discurso, aquello que produzca un sentido a tu actuar.

¿Recuerdan la última pista? Que la filosofía es un discurso racional, ¿qué significa esto a profundidad? Sponville escribe:

“No basta con masturbarse en la plaza pública para ser filosofo. Es necesario todavía que eso produzca un sentido, y no como síntoma, sino como argumento o como objeción, lo que solo puede suceder a causa de alguna doctrina o razonamiento que ejemplifique, incluso tácitamente, y que podría, al menos en derecho, explicitar.”

**Todos los filósofos hablaron y razonaron y por eso son filósofos, podemos afirmar entonces que la filosofía es una práctica discursiva y razonable.**

Entonces sabemos que es un discurso razonable. Pero ¿Cuál? Como especificamos que es la filosofía,

¿Por la búsqueda de la verdad?

Es cierto que la búsqueda de la “verdad” es algo que se busca, una dimensión necesaria del quehacer del filósofo, pero no es suficiente, uno puede buscar la verdad sin hacer filosofía.

Ejemplo: Un periodista, por ejemplo, puede querer informar a la sociedad sobre un tema de corrupción, y entonces investiga distintas fuentes, reúne evidencia fotográfica o de video, entrevista a personas, todo con el fin de encontrar la “verdad” sobre dicho problema e informar, pero todo esto no lo hace un filósofo.

¿Por la búsqueda de la verdad a propósito del todo?

Es decir, la búsqueda de las últimas causas y la existencia del ser, pero el problema es que esto sería reducir a la filosofía a la metafísica y ontología. (Tema que podremos tratar en otra ocasión pero que justo se pregunta que hace al ser el ser.) Y justo eso sacaría de la jugada a grandes filósofos como Maquiavelo.

### **¿Pero qué tal la abstracción?**

En gran medida sí, pero a ver vamos por pasos, a que referimos por la abstracción.

Algo abstracto son aquellos conceptos, ideas, teorías, etc., que carecen de una forma material, que no pueden ser percibidos directamente por nuestros sentidos, sino que son un proceso de la cognición, un gran ejemplo son las matemáticas, cuando alguien dice el número 3 o 4, está refiriendo a una idea abstracta, ¿Por qué? ¿Dónde has visto tú al número 3 o 4, los has visto? ¿Has conversado con ellos? Probablemente no, haz visto 3 o 4 libros, 3 o 4 lápices, pero no al 3 o 4, en este sentido los número no existen, los número no existen fuera de nuestros cerebros y aún allí dentro existen a nivel conceptual, no está un 3 o 4 viviendo en tu cerebro.

Veamos otro ejemplo, cuando hablamos de Justicia, me refiero a que si puedes palparla, tocarla, agarrarla, ¿con que regla la mides?, ¿Dónde has visto a la justicia? Este parece ser más un concepto abstracto, pero no por ello menos real, cosa que podemos constatar cada que vemos a un gobierno abusar de su poder o a una empresa mal tratar a sus empleados, no nos queda duda que se está cometiendo una injusticia.

Sponville dice: **“La filosofía se hace con palabras, pero con palabras que designan la mayoría de las veces ideas generales, nociones o conceptos. Se hace con razonamientos, pero que tienden hacia una verdad necesaria o universal, más que el establecimiento de un hecho contingente o de una verdad singular”**

Entonces veamos, la filosofía por lo general se interesa en busca dar “verdades necesarias” y “verdades universales” es decir, Las **VERDADES NECESARIAS** son afirmaciones que son verdaderas siempre y en todo mundo posible, ósea por ejemplo cuando decimos que ningún soltero puede estar casado es una verdad necesaria, o por ejemplo una verdad necesaria es que un triángulo siempre debe tener tres lados para ser un triángulo, esto es necesario, es lo que hace al triángulo un triángulo, de no ser así, simplemente no lo sería. Mientras que, por **verdades universales**, Sponville refiere a aquellas premisas y razones que podemos constatar por todos; por ejemplo, si yo digo que tengo una sudadera color rosa en este momento o que vivimos en el planeta Tierra, estoy afirmando algo sobre el mundo que digo es real y no una ficción, es decir; algo objetivo sobre lo que digo, la objetividad de estas afirmaciones está en su carácter público, es decir de acceso para quien sea.

Los universales son entonces las propiedades que se predicán a algo, como la distancia, altura, color, etc.

Por ejemplo, el color rojo en este sentido es universal, porque no es algo que pertenezca únicamente a una cosa, sino a muchas cosas; Una coca cola, una sudadera, una manzana, un semáforo indicando que nos detengamos, etc.

En lo que no se interesa en verdades singulares, es decir hechos o verdades específicas de personas o cosas; por ejemplo; que a Juanito le guste el chocolate está muy bien, pero no es de nuestro interés que le gusta a Juanito.

**Así podemos afirmar que la filosofía es una práctica teórica, indisolublemente abstracta por lo que respecta a sus objetos, y en general en cuanto a sus resultados**

Es de esta forma que podemos distinguir a la filosofía de otras prácticas racionales, por ejemplo: un periodista también realiza una práctica racional que no es necesariamente filosófica, esto no descarta de que no puedan hacerlo, un periodista puede elaborar teorías generales sobre la criminalidad o la información de algún tipo, pero cuando lo hacen, esto no es su oficio. Se vuelve concerniente a la filosofía cuando lo hacen si proceden de una forma abstracta y rigurosa.

Porque la filosofía es para todos, y todos recurrimos constantemente a ella, “La filosofía no es patrimonio de nadie. Todo el mundo tiene derecho a ella, puesto que todos la necesitan; aunque únicamente en función de la razón y la abstracción de que son capaces”

## **La filosofía es una práctica teórica no científica**

No es lógicamente demostrable como las matemáticas, que ojo esto no implica que no se use lógica, la lógica es la estructuración del pensamiento de forma adecuado y es vital en la filosofía, pero los axiomas que demuestran que  $4+4$  es  $8$  no operan de la misma manera que usar premisas que intente justificar una idea, por ejemplo, decir que shrek 2 es una obra de artes bella.

Además, un enunciado lógico aún puede enunciar algo falso, por ejemplo:

Todos los gatos tienen cinco patas

Molly es mi gato

Molly tiene entonces cinco patas

Esta deducción es perfectamente válida, si la primera y la segunda premisa son verdaderas, entonces la tercera debe ser verdadera, por supuesto la 1 y 3 son falsas, pero esto no afecta la validación de ellas.

Ni tampoco es empíricamente falsable, por ejemplo los experimentos científicos pueden falsearse, es decir que sus teorías pueden fracasar ante la evidencia empírica, por ejemplo decir que los días miércoles nunca llueve es una teoría falseable en tanto que se puede observar que si un miércoles llueve entonces esta teoría sería falsa, en fin estos son temas extensos de filosofía de la ciencia que podemos ver a detalle en otros capítulos, pero el punto es que aunque muchos filósofos se jacten de haber “demostrado la veracidad de sus tesis” la realidad es que a diferencia de la ciencia, la filosofía no se supera tan fácilmente, en filosofía

mucho es incierto en este sentido, pero que no haya confusión, y esta nota aclaratoria la hago, puesto que Sponville, para bien o para mal, no la realiza y me parece necesario advertir que si bien en filosofía mucho puede permanecer incierto, no significa que todas las propuestas sean igual de validas, hay de saltos de fe a saltos de fe, y aunque no me atrevería a decir que alguna corriente es la correcta, si me atrevería sin duda alguna a juzgar muchas de falsas o equivocadas, puesto que en filosofía, como veíamos en un principio, es ante todo RACIONAL esto como mínimo quiere decir que trata de dar mejores razones.

Pero volviendo al punto central, la filosofía no es una ciencia, muchas veces la gente cree que esto es demeritarlo, pero nada más lejos de la verdad, puede haber filosofía sin ciencia, pero no ciencia sin filosofía.

Sponville da un ejemplo buenísimo para hacer esta comparación, uno puede seguir tradiciones filosóficas marxistas, spinozistas, cartesianas, kantianas, pero uno no puede usar la noción de “geometría euclidiana” solo tiene sentido a partir del momento en que la geometría, en tanto tal, ha dejado de serlo. O nadie podría seguir con la teoría del flogisto puesto que está completamente falseada y mostrada equivocada, cosa que no puede suceder con muchas posturas filosóficas, A ningún científico se le llamaría “newtoniano” a finales del siglo XVIII porque todos lo eran, si les llamara ahora puesto que ya no lo son.

Entonces, la filosofía nunca está de completa de certeza, ni la ciencia lo está, pero eso es para otro capítulo, esto nos podría hacer creer que entonces ¿Por qué hacer filosofía? Pues porque esto no le afecta, la filosofía busca la verdad, pero no pretender tener las certezas, como dice brillantemente Sponville “Mi conclusión es que no es la certeza lo que amamos, en la filosofía, ni por otra parte la duda, sino el pensamiento mismo”

Empecemos a cerrar este capítulo, la filosofía no se define por sus objetos, sino por la manera en que los trata: siempre abierta al cuestionamiento, conceptualmente potente, un uso de la racionalidad constante, búsqueda de explicaciones primeras y últimas, y siempre con una infinita apertura a siempre tener espacio a la duda, puesto que no es certeza lo que tenemos, sino preguntas.

La pregunta que es la filosofía es ya filosófica, o puede al menos serlo, al igual que preguntar ¿Qué son las matemáticas? O ¿Qué es la ciencia?, puesto que ninguna de estas dos puede responder ni plantear dichas preguntas, ¿Qué es la justicia? ¿Qué es la verdad? ¿Qué es lo bello? ¿Qué es el ser humano? ¿Qué es una pregunta? Todos son filosóficos.

Me gustaría cerrar este capítulo entonces con la cita de Sponville que resume nuestro episodio de hoy, respondiendo a que es la filosofía nos dice:

**“Es una práctica teórica (discursiva razonable y conceptual), aunque no científica; solo se somete a la razón y a la experiencia- con exclusión de toda revelación de origen trascendente o sobrenatural- y aspira menos a conocer que a pensar o poner en cuestión, menos a aumentar nuestro saber que a reflexionar sobre lo que sabemos o ignoramos. Su finalidad, que puede variar en función de las épocas y los individuos, será la mayoría de las veces la felicidad, la libertad o la verdad, e incluso la conjunción de las tres (la sabiduría)”**

FIN

## Guion 2

Confesé algo, este capítulo apareció totalmente de improvisto, no tenía en mente ni si quería hablar sobre este tema y decidí modificar el orden de capítulos para que el tema de hoy fuera el número 2, pero Omar — ¿de qué hablaremos hoy de que parece tan importante hacer estas modificaciones y contarnos sobre ellas? Bueno algo que no me di cuenta hasta hace poco que estaba debatiendo con una persona en un live de Tik tok; esta persona empezó a argumentar que lo que yo decía era solo mi opinión y nada más, que él tenía la suya, y pues que cada quién, que no podíamos en el fondo realmente llegar a nada más que suposiciones, fue entonces que me cayó el veinte que este tema era de vital importancia, ¿de qué me sirve hacer un podcast hablando sobre el conocimiento filosófico y conocimiento en general si pensamos que cualquier opinión es igual de valida? ¿De qué sirve hablarles de distintos autores y temas si hay quien llegue a pensar que no podemos realmente tener conocimiento alguno?

El tema de hoy es tan antiguo como la filosofía misma, hoy trataremos de responder a la pregunta de ¿Qué es el conocimiento y si es este es posible?

Verán la pregunta no es en realidad ingenua, todos a lo mejor alguna vez nos hemos hecho preguntas parecidas o las hemos visto representada en películas o videos

¿Qué tal si todo esto es solo un sueño? ¿Podríamos saberlo? O ¿si estamos atrapados en la Matrix o un videojuego?

Para el episodio de hoy vamos a utilizar principalmente el libro de Jennifer Nagel “una breve introducción al conocimiento” y un libro de divulgación bastante nuevo pero muy recomendado llamado “hay filosofía en tu nevera” del filósofo Enric F. Gel, espero lo disfruten.

EJEMPLO DE PAGINA WEB DE DUDOSA PROCEDENCIA, QUE LA MAYORIA LO DIGA, QUE TU MAESTRO TE LO HAYA DICHO, O DE UNA EXPERIENCIA PEROSNAL,

¿Cómo distinguir de una opinión y conocimiento? ¿Cuál es la diferencia entre decir que algo es verdad y realmente saber que es así? ¿Cómo podemos conocer?

Empecemos por intentar dar unas respuestas claves sobre que es el conocimiento.

Nagel nos dirá que, aunque el conocimiento puede ser un recurso que podemos adquirir, en realidad es algo mucho relacionado a nosotros que otros objetos.

Imagina que de repente por alguna extraña razón, yo que sé, aliens, estos llegan a la tierra y con un rayo nos eliminan a todos de la existencia. Objetos como el oro, jabón o una rebanada de queso en el refrigerador continuarían existiendo, pero el conocimiento por otro lado no.

Solemos pensar que encontramos el conocimiento en librerías, documentales, o enciclopedias, pero la realidad es que el conocimiento, el saber, depende siempre de un sujeto que sepa, un sujeto que pueda conocer.

1.-Entonces el conocimiento depende siempre de alguien capaz de conocer.

Alguien podría decirme, pero Omar, ¿Qué no el conocimiento son los hechos? Es decir, podemos desaparecer de la faz de la tierra, pero los hechos del mundo seguirían ahí, y es buena pregunta, pero parte del problema de confundir conocimiento con hecho.

“No todo hecho es un elemento de conocimiento”

Y miren Nagel da un ejemplo buenísimo para entender esto.

### **Ejemplo de la moneda en el aire**

#### **Final del ejemplo:**

Podrás haber escrito un hecho, pero no ganaste ningún tipo de conocimiento.

El conocimiento demanda siempre un tipo de acceso a un hecho por parte de un sujeto vivo.

Esta es la razón por la que un alumno puede sacar 10 en un examen copiando o robando las respuestas, pero no podríamos decir que tiene dicho conocimiento, puesto que no conoce, aun teniendo las respuestas.

“Sin una mente para acceder a él, todo lo que esté almacenado en bibliotecas y bases de datos no será conocimiento, sino sólo marcas de tinta y rastros electrónicos.”

Pero no nos confundamos, el conocimiento no solo existe en el individuo también puede existir de manera grupal, de hecho, el conocimiento grupal muchas veces va más allá del conocimiento individual.

**Ejemplo de la novena sinfonía de Beethoven de una Orchestra**  
**Ejemplo de que una nación conoce como hacer misiles, aunque ninguno sepa**

Ahora bien, continuando, parece que también hay una importante, aunque sutil diferencia entre saber y pensar o creer.

**Supongamos que yo digo:**

**Daniel sabe que la puerta está cerrada**

**Daniel piensa que la puerta está cerrada**

**Daniel cree que la puerta está cerrada.**

Parece ser que la segunda y tercera oración parecen establecer la posibilidad de que se podría estar equivocado, que Daniel podría haber no cerrado la puerta porque se le olvidó o porque salió con prisa y quizá lo colocó mal, pero en la primera oración parece no suceder lo mismo, parece que hay una seguridad sobre cierto hecho, se establece que Daniel afirma que la puerta está cerrada lo que quiere decir que si lo revisamos de hecho debería ser así.

Sería extraño decir: “Daniel sabe que cerró la puerta, pero la puerta no está cerrada”

Parece que el conocimiento vincula a un sujeto a alguna verdad, y esta característica es la **FACTICIDAD**: solo podemos conocer hechos o proposiciones verdaderas.

Es decir, yo puedo decir que mi perro está en el jardín y basta con salir al jardín a revisar que mi perro este ahí para poder afirmar que de hecho mi perro está ahí, o puedo revisar en mi boleto el número de asiento que me toca en un cine para saber que ese lugar de hecho es mi asiento asignado.

Ok me hace sentido, pero a ver Omar, supongamos que yo afirmo lo siguiente “Conozco mi asiento del cine, es el número 58” pero cuando lo saco lo revisan y resulta que es el 57, yo creía saber algo, pero no era así, entonces ¿sabía algo?

Por supuesto que es posible pensar que sabemos algo que después resulta ser falso o equivocado, en cuanto reconocemos esto simplemente debemos cambiarlo, esto significa que puede ser difícil dar cuenta la diferencia de cuando sabemos algo o creemos saber algo, sin embargo, existe dicha distinción, saber algo y creer saber algo.

### **Esto me recuerda a cuando Villoro dice:**

Hay otros elementos importantes del conocimiento además de la confianza y la verdad que no abordaremos en este episodio, sin embargo, se podría decir que la “verdad es objetiva” o basada en una realidad que es misma para todos.

Y esto nos regresa al principio del capítulo ¿Cómo conozco que puedo conocer? ¿Conozco la verdad?

Hasta donde sabemos podríamos estar soñando, o podríamos estar en un programa de computadora muy sofisticado en el que pensamos que existimos o estar conectados a un casco de realidad virtual que nos hace percibir nuestras sensaciones, podríamos ser cerebros en cubetas, y no es broma este último es un postulado filosófico.

Entonces ¿Cómo decir que podemos conocer la verdad? Pareciese que no podemos, esto es prácticamente lo que defenderán los filósofos escépticos.

Escepticismo viene del griego “examen”, esto en referencia a que ponen en duda aquello que creen conocer, y en este sentido mínimo muchas personas y en especial todo filósofo debe serlo, Quizá mi maestro me dijo que esto era así, quizá toda mi familia siempre me dijo que

pensar sobre un tema político, quizá cierto científico en tik tok dijo que comer pan hace daño, pero el filósofo no se contenta con que le hayan dicho que algo era de cierta forma, sino que lo duda y entonces examina para alcanzar una razón última por lo que algo es verdadero.

Por esto, siempre escuchamos a personas decir que son escépticas con respecto a cierto tema o idea y está bien, pero el escepticismo al que referimos es el que lleva esto al extremo.

**Como nos recuerda Enric en su libro “Si alguien dice A, el escéptico le contrapone razones a favor de no-A; si dice no-A, lo contrario. Y después de que la duda haya hecho su trabajo destructor, el escéptico suspende el juicio”**

Es así como el escéptico hace de la duda su método, pone en duda todo, incapaz de afirmar nada, suspende el juicio por completo y una de sus armas principales para hacer esto es el desacuerdo.

Piensa en cuantos temas e ideas no concuerdan las personas, culturas, religiones, y por tanto dirá el escéptico toda certeza es víctima de la duda.

Y el problema del escepticismo es que no se le puede vencer, Descartes, nos cuenta atinadamente Enric, lo intenta sin éxito, no entrare en este tema porque creo que merece su propio capítulo, pero Descartes falla en vencer al escéptico, siempre se puede dudar de algo y siempre se puede seguir dudando.

Sexto Empírico, un antiguo filósofo escéptico que pensaba que se debía suspender el juicio acerca de los objetos externos, es decir que no podíamos conocerlo debido a que no podíamos escapar de nuestra propia representación humana, por ejemplo:

### **EJEMPLO DE ANIMALES Y HUMANOS 33**

Este filósofo llego a decir que el escéptico no debe ceder a ningún argumento irrefutable porque ese argumento podría estar equivocado en el futuro. Es imposible convencer y ganarle al escéptico.

Pero que no se les pueda ganar no significa que tengan razón, al escéptico radical hay que dejarlo por su cuenta, el precio a pagar por ser un escéptico de este tipo es muy alto; es volverte **inconsistente**.

### **Recuerdas el ejemplo de los animales**

La duda tiene que presuponer siempre algo de lo que no se duda, por eso llevado al extremo solo queda la inconsistencia.

Recuerdan una de las armas del escéptico, el desacuerdo. Los filósofos no pueden ponerse de acuerdo en muchísimos temas, por tanto, hay que suspender el juicio puesto que no podemos saber.

Pero si el desacuerdo tiene que generar la suspensión del juicio, y hay desacuerdo con respecto a si el desacuerdo debe generar la suspensión del juicio. Entonces hay que suspender el juicio acerca de si la suspensión del juicio ha de seguir al desacuerdo.

Y para acabarla de rematar Enric nos recuerda que además hay una última inconsistencia, la que se da entre el escéptico y su vida practica; fragmentado entre la duda y las certezas ordinarias, nos dice irónicamente “Un momento está dudando de que tal vez no tienes nariz y al siguiente presionándose la nariz para detener la hemorragia del puñetazo que le acabas de dar”

Por eso nos dice “La propia filosofía del escéptico lo condena o bien a no vivir, o bien a vivir de modo inconsistente”

Para ir empezando a cerrar el episodio mencionemos por último lo valioso del escéptico, lo que si hay que recuperar de este.

Cito de nuevo a Enric sobre una peculiaridad del filósofo que escuchamos en el primer capítulo con Andre Comte sponville: “El filósofo puede tener convicciones, puede pensar que algo es verdad, pero debe estar siempre dispuesto a dar las razones por las cuales piensa así y a cambiar de opinión si la evidencia le apunta a lo contrario”

Pero, por otro lado, el dogmático, en cambio, está encerrado en una posición o idea defendiéndola sin razones.

El escepticismo nos sirve para no convertirnos en dogmáticas, siempre es necesario para comprender el mundo y no caer en charlatanería de la que nos quieran convencer, pero el escepticismo radical acaba cayendo en un dogmatismo, los extremos de acaban tocando, porque el dogmático usa el escepticismo para poner en duda extrema a quienes duden de su postura y el escéptico se vuelve un dogmático con las bases de su escepticismo.

Entonces recuperemos lo mejor de cada uno, requerimos como el dogmático saber que se puede acceder a un tipo de verdad y del escéptico ser un crítico, no aceptar cualquier cosa sin buenas razones.

Por tanto, volviendo un poco a cómo empezó el capítulo, ¿es posible conocer? Por supuesto, ¿hacemos ciertas asunciones para poder conocer? También es cierto, pero es la naturaleza de nuestro conocimiento, posible, plausible, es lo que tenemos, pero es lo mejor que tenemos, la duda extrema no nos lleva ningún lado y uno acaba por auto refutarse.

La duda es una herramienta clase, indispensable para el filósofo, pero no es su actividad principal, la filosofía ni la ciencia consisten en dudar de todo. Toda investigación solo puede comenzar cuando se asumen ciertos presupuestos.

Entonces, resumiendo, el conocimiento es posible y un tipo de verdad es posible, por lo que podemos afirmar que todas las personas tienen el derecho a opinar, pero no todas las opiniones son igual de validas, espero que hayan disfrutado este capítulo, si les gusto me ayudaría muchísimo que sigan a la página en ig, un abrazo.

FIN

### Guion 3

#### 1.-Mito Prometeo águila devora hígado

Águila=Alter ego

Dolor de Hígado= Es el cansancio

Sujeto de autoexplotacion de cansancio infinito

El mito de Prometeo es una historia de la mitología griega transmitida a lo largo de los siglos. Prometeo era un titán que desafiaba el poder de los dioses olímpicos y estaba asociado con la creación y el conocimiento. La historia más conocida de Prometeo está relacionada con el robo del fuego de los dioses para dárselo a los humanos.

Según el mito, Prometeo se apiadó de la humanidad, que vivía en la oscuridad y el frío, y decidió robar el fuego de Zeus, el rey de los dioses, para dárselo a los mortales. Al hacerlo, les proporcionó la capacidad de calentarse, cocinar alimentos, y protegerse de los animales salvajes. Este acto también simbolizaba el don del conocimiento y la civilización para la humanidad.

Zeus, enfurecido por este acto de desafío, castigó a Prometeo de manera cruel. águila, símbolo de Zeus, lo visitaría diariamente para devorar su hígado, el cual se regeneraría cada día para que el castigo fuera perpetuo.

Imagina un mundo en el que la sociedad está obsesionada con la productividad, el éxito y la positividad. En este universo de luces brillantes y avances tecnológicos, la presión por ser exitoso es abrumadora. Las personas están constantemente conectadas, siempre disponibles, siempre activas. Sin embargo, detrás de la apariencia de progreso y bienestar, se esconde un fenómeno insidioso: el cansancio.

2.-Fin de la época Bacterial, el de esta época es neuronal

Piensa en las enfermedades de nuestra época:

\*TDAH TRANSTORNO DE DEFICIT DE ATENCION HIPERACTIVO

\*TLP TRANSTORNO LÍMITE DE LA PERSONALIDAD

\*SDO SINDROME DE DESGASTE OCUPACIONAL

TODAS ELLAS DE UN EXCESO DE POSITIVIDAD

3.-FOUCAULT SOCIEDADES DISCIPLINARIAS

Como parte de su análisis sobre el poder y las estructuras de control en la sociedad moderna. Según Foucault, las sociedades disciplinarias son aquellas en las que el poder se ejerce a través de mecanismos de disciplina y vigilancia que regulan y controlan los cuerpos y las conductas de los individuos.

Control y vigilancia: Las instituciones y autoridades ejercen un control y una vigilancia constantes sobre los individuos, supervisando sus acciones y comportamientos en diversos ámbitos de la vida cotidiana.

Normalización y disciplina: Se establecen normas y reglas estrictas que se espera que los individuos cumplan, y aquellos que se desvían de estas normas son castigados o excluidos. La disciplina se convierte en un mecanismo fundamental para la conformidad y la obediencia.

Encierro y confinamiento: Las instituciones cerradas, como las prisiones, los hospitales psiquiátricos y las escuelas, se convierten en lugares clave de disciplina y control, donde los individuos son encerrados y sometidos a regímenes de vigilancia y regulación.

## AHORA DE RENDIMIENTO

En la sociedad del rendimiento, el énfasis recae en la maximización de la eficiencia, la optimización del tiempo y el logro constante de metas y objetivos. Se fomenta una mentalidad de constante mejora y superación personal, donde los individuos se ven impulsados a rendir al máximo en todos los aspectos de sus vidas, ya sea en el trabajo, en las relaciones personales o en el ámbito académico.

Autoexplotación: En lugar de ser controlados por instituciones externas, como en las sociedades disciplinarias, los individuos en la sociedad del rendimiento internalizan la presión por ser productivos y exitosos. Se auto explotan en busca de la optimización de sí mismos, sometiéndose a ritmos de trabajo acelerados y a la exigencia constante de rendimiento.

Flexibilidad y precarización laboral: En un contexto de economía globalizada y digitalizada, la flexibilidad laboral se convierte en la norma. Los trabajadores se enfrentan a la inestabilidad y la precarización laboral, donde la disponibilidad constante y la adaptabilidad son valoradas por encima de la estabilidad y la seguridad laboral.

Fatiga y agotamiento: El exceso de positividad y la sobrevaloración del éxito individual pueden llevar a una fatiga crónica y un agotamiento emocional en la sociedad del rendimiento. La constante presión por mantenerse productivo y competitivo puede tener graves consecuencias para la salud mental y emocional de los individuos.

Hiperconectividad y sobreestimulación: La tecnología y los medios de comunicación digital contribuyen a una hiperconectividad y sobreestimulaciones constantes en la sociedad del rendimiento. Los individuos están siempre conectados, disponibles y expuestos a una avalancha de información y estímulos, lo que dificulta la desconexión y la reflexión profunda.

Emprendedores de sí mismo

“A la sociedad disciplinaria todavía la rige el no. Su negatividad genera locos y criminales, la sociedad de rendimiento, por el contrario, produce depresivos y fracasados”

- La positividad del poder es más eficiente que el de la negatividad
- Víctima y verdugo van de la mano
- Libertad y coacción coinciden en una libertad paradójica
- Uno cree estarse realizando, pero se está explotando
- piensen en el problema del multitasking ejemplo

Despedida

FIN



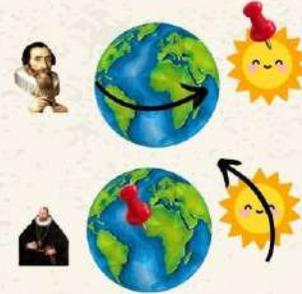
# Distinción importante



Johannes Kepler



Tycho Brahe

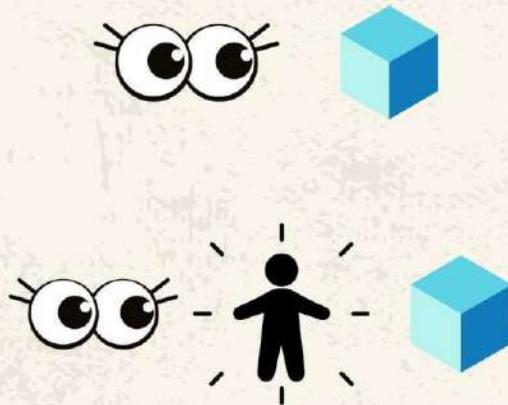
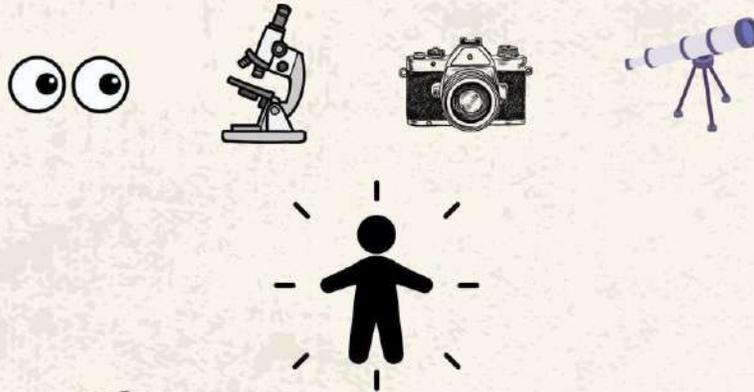


"No es quizás una cuestión de hecho, sino, más bien, el comienzo de un examen de los conceptos de visión y observación" **Rusell Hanson**



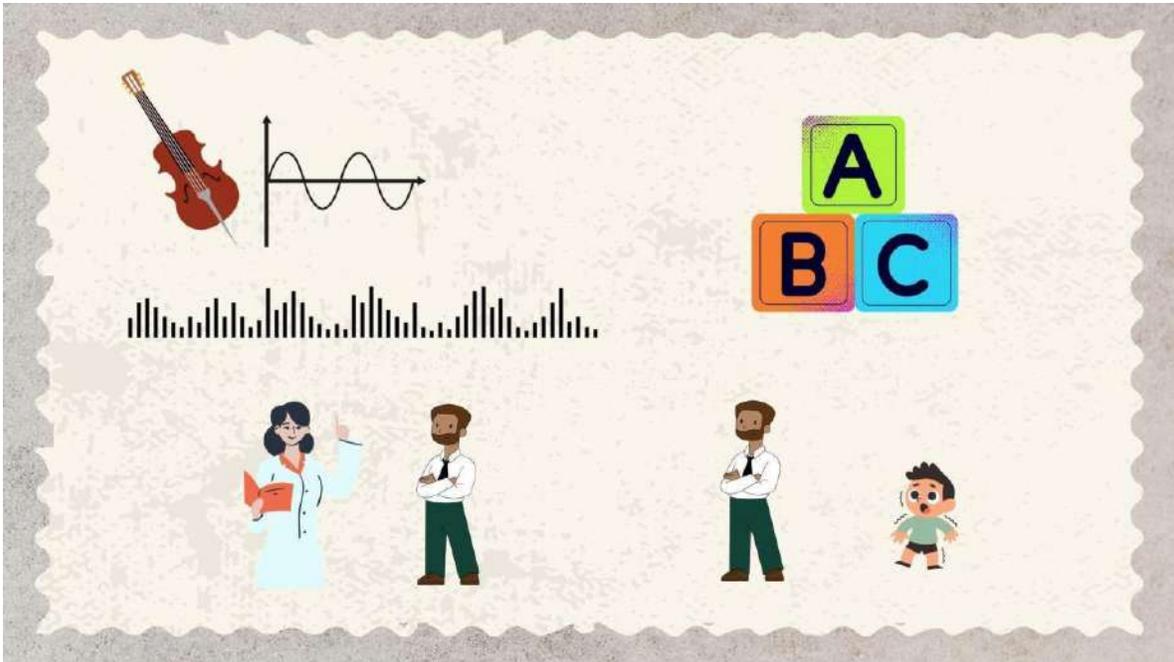
"¿Quién observa?"

# ¿Observación?



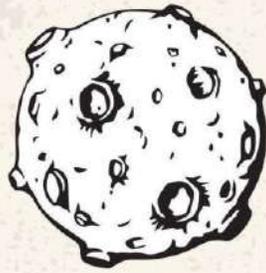
"Debemos proceder cuidadosamente, puesto que, si es verdad que tiene sentido afirmar que dos científicos que están mirando a x no ven la misma cosa, siempre debe haber un sentido anterior en que sí ven la misma cosa"

**Rusell Hanson**



"El conocimiento está en la visión y no es algo adjunto a ella."

**Rusell Hanson**



DISTINCIÓN ENTRE CRATER Y HUECO



**É  
T  
I  
C  
A**



**Política**



**Cotidianidad**

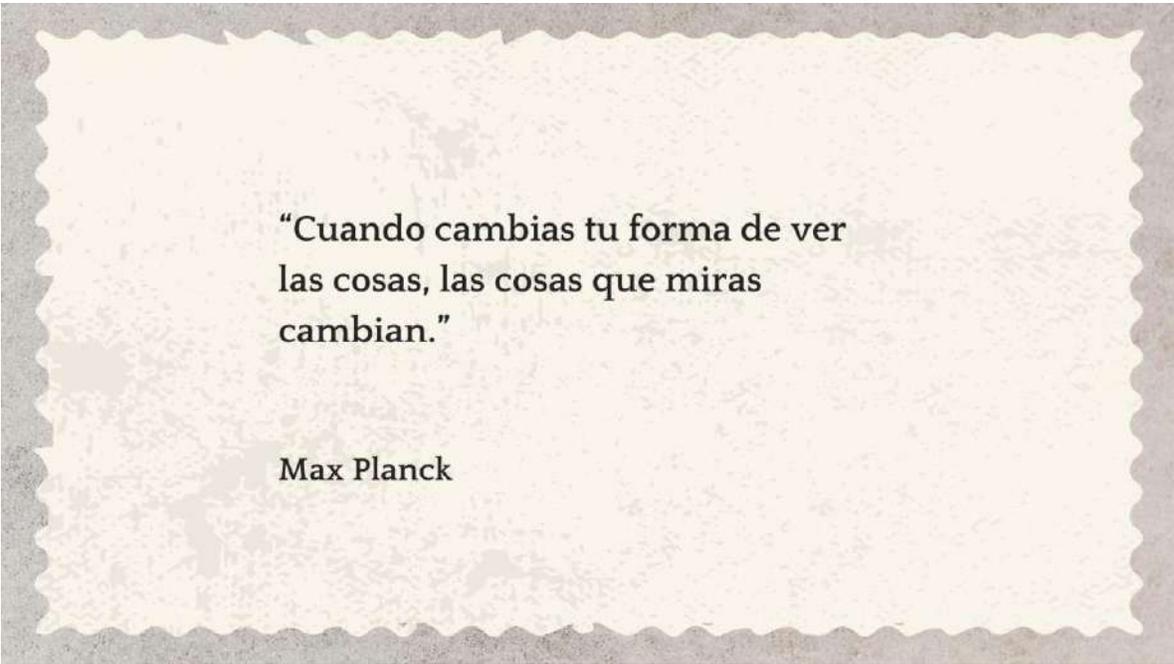
**É  
T  
I  
C  
A**



**Política**



**Cotidianidad**



“Cuando cambias tu forma de ver  
las cosas, las cosas que miras  
cambian.”

Max Planck

Despedida

FIN