



PONELE ONDA A TU VOZ Y CONTALO EN FORMA DE PODCAST

Federico Emanuel Ravera Marbán
Universidad Católica Argentina
Federico_ravera@uca.edu.ar



RESUMEN

Las nuevas formas de consumo y el contexto de enseñanza virtual han ocasionado que las estrategias y métodos de transmisión de contenidos tengan modificaciones en su forma tradicional de aprendizaje y difusión. El confinamiento y las clases virtuales han obligado a los docentes a adaptar sus encuentros curriculares de una forma más atractiva y dinámica, aprovechando incluso los recursos tecnológicos brindados por diferentes plataformas. Justamente, es en este contexto tan particular donde el podcast se ha convertido en una forma de consumo muy usada por los jóvenes, con lo cual puede ser un recurso de aprendizaje y difusión de contenido académico y educativo

PALABRAS CLAVE

Podcast – Enseñanza – TIC - Tac

INTRODUCCIÓN

Problema

Los entornos de enseñanza virtual ocasionaron que los docentes adapten sus contenidos académicos y se replanteen su forma de transmisión, para poder tener una mejor recepción y participación con sus estudiantes.

Antecedentes

Los medios de comunicación y las formas de interacción que los usuarios tienen con ellos se muestran en constante cambio con el correr del tiempo. Cambios y formas que a la vez deben ser comprendidos y analizados en un contexto determinado, es decir, en tiempo y espacio; donde las mediaciones y posibilidades tecnológicas han favorecido diversas formas de interacción y generación de nuevas formas de consumo.

La revolución de internet ha posibilitado tanto a los usuarios como a los medios de comunicación poder acceder a producciones, contenidos, programas, discursos, segmentos, entrevistas y formatos radiales que abarcan desde diferentes ámbitos hasta plataformas.

Si tenemos que mencionar algunas de consecuencias (o resultados) ocasionados por estos nuevos soportes comunicacionales se puede hacer mencionar la hibridación discursiva, la ruptura de la transmisión en “vivo” propiamente dicho, la aparición de nuevos medios de comunicación, nuevas producciones y el uso de diferentes soportes tecnológicos para poder apreciar e interactuar con los diferentes contenidos ofrecidos por los medios de comunicación, por mencionar simplemente algunos.

Con respecto a la ruptura del “vivo” (también denominado consumo a la carta) se puede tomar como punta de iceberg la aparición de los podcast para lo cual es conveniente utilizar la definición comunicador Tony Sellas Guell, quien en el apunte de la materia “Radio y de nuevos formatos digitales de la universidad” de la Universidad de Catalunya define que el podcasting es un sistema de distribución de archivos de audio, de forma automatizada, mediante la suscripción que realiza el usuario en base a los intereses que desee escuchar (2006,p2)

Mediante la revolución de internet, cualquier usuario que posea una computadora y acceso a la web puede tanto producir como escuchar un contenido audiovisual cuando lo desee, sin importar el tiempo



y el espacio. Esto ha ocasionado que se puedan escuchar (o incluso ver y compartir) entrevistas, acústicos, secciones radiales, series, programas televisivos, fragmentos, recortes, conferencias y videos en el momento que lo deseen. Solo basta con tener un dispositivo (celular, Tablet, pc, Smart TV) que se pueda conectar a internet para disfrutar de los contenidos en cualquier momento o lugar. Este concepto, años atrás, era impensado de llevar a cabo. Si un oyente no escuchaba la entrevista radial en vivo, dependía del comentario de sus allegados para saber qué fue lo dijo el entrevistado. Como sostiene el mencionado comunicador Tony Sellas “el podcasting es un canal mediante el cual se pueden distribuir contenidos audiovisuales a un público muy amplio” (2006, p11)

Pero, así como los tiempos cambian, las formas de consumo y los hábitos de producción también. Hoy las producciones audiovisuales pueden verse y escucharse en cualquier momento y lugar. El consumo a “la carta” es habitual en los usuarios que miran su serie favorita viajando en tren o sentados en el sillón de su casa después de comer. Los audios de las secciones radiales se comparten por las redes sociales de las emisoras, donde los usuarios a la vez continúan difundiendo el contenido a sus contactos, los cuales los escuchan en un momento posterior a su emisión, confirmando la ruptura del “vivo”.

Tampoco es un dato menor la tecnología con la cual el usuario consume y puede acceder a estos contenidos. Anteriormente, las producciones que estaban sustentadas en la imagen solo se podían apreciar mediante un televisor; las ediciones gráficas se podían leer por medio de la compra de diarios o revistas y los programas de radio se escuchaban únicamente a través de un dispositivo radial, ya sea portátil o fijo. Esto cambió. Primero fueron las computadoras las que permitieron poder tener acceso a todos esos contenidos digitales, ya sea con o sin acceso a internet. Posteriormente los celulares de tercera generación se convirtieron en el dispositivo más utilizado para el consumo multimedial. Actualmente, con un celular se pueden producir, crear y consumir todos los contenidos digitales que venimos mencionando. Se puede ver el acústico que una banda musical está haciendo (o hizo) en una radio, se puede leer una nota de formato gráfico, escuchar el programa radial favorito, ver el capítulo de una serie de televisión mientras se viaja en colectivo o escuchar un podcast mientras se sale a correr, por citar algunos ejemplos.

En el congreso Red COM (2008) que se llevó a cabo en la ciudad de Salta, una de las conclusiones que se compartieron sobre la principal característica de estos nuevos medios fue la siguiente:

“Se encuentran atravesados por lo multimedial y se retroalimentan constantemente entre sí provocando una hibridación entre los tradicionales soportes radiales, audiovisuales y gráficos, es la constante interacción y conectividad que tiene el usuario como resultado de los avances tecnológicos, mediante los cuales se encuentra integrado en una red que posee múltiples dispositivos digitales que le permiten una constante conexión a los productos y contenidos que se suben a la red”. (Red COM, 2008, p. 5).

Los tiempos cambian y las nuevas formas de producción y consumo también. Esto genera nuevos hábitos en los usuarios y también en la manera de vincularse con los contenidos. Y hay una generación que nació con estas nuevas formas de consumo y producción: los jóvenes. Llamados “generación z” por algunos, pero lo cierto es que estas personas que tienen entre 17 y 24 años poseen formas de consumo distintas a las tradicionales y asimilan de manera casi natural los cambios comunicacionales actuales. Estos jóvenes, que nacieron con la revolución tecnológica y la expansión de internet, tienen incorporados los conceptos que se mencionaron anteriormente y para ellos es lo más normal del mundo poder ver o escuchar un contenido cuando lo deseen, donde el tiempo y el espacio pasan a otro plano. Ellos desconocen lo que implicaba esperar una semana para ver tu serie favorita en el horario pautado por el canal de aire, o sintonizar la radio porque el cantante de rock del momento iba a brindar una entrevista por la radio. Estas nuevas generaciones consumen los contenidos cuando ellos quieren y en el lugar que lo deseen. Ya sea



mediante alguna plataforma gratuita, paga, por medio de la interacción en las redes sociales o visitando la home principal del sitio que quieran. Basta solo con tener conexión y listo: consumo a “la carta”.

Objeto de estudio: el podcast como herramienta de difusión de contenidos académicos

Por lo expuesto anteriormente, y por haberme perfeccionado en el ámbito radiofónico y docente, considero importante y oportuno reconocer las nuevas formas de consumo e interacción que tienen los jóvenes para avanzar sobre un ámbito de análisis que es poco estudiado: el podcast y las formas de vinculación que tienen los jóvenes. Si bien en mi tesis de maestría me he centrado en las nuevas formas de consumo y los cambios de hábitos de escucha radial; en esta oportunidad y considerando los contextos virtuales de enseñanza, propongo analizar el podcast como una producción académica de contenidos que beneficie tanto a estudiantes como a docentes.

En estos tiempos de confinamiento y clases virtuales mediante, los docentes nos vemos obligados a adaptar nuestros contenidos. La pantalla permite y ofrece muchos aspectos positivos, como por ejemplo conectarnos desde casa, o no perder tiempo en viaje, o interactuar con contenidos de audio y video entre otros; pero también cansa. Agota tener una clase mirando la pantalla del celular o leer un apunte digitalizado desde en una Tablet. Las materias que tienen mucho contenido “práctico” se ven afectadas. Por citar algunos casos: no es lo mismo para un estudiante de periodismo hacer un programa de radio desde su casa que asistir a un estudio preparado y acondicionado; o para un estudiante de medicina tener un encuentro virtual con el médico de guardia que les cuenta un caso pantalla de por medio en vez de estar en contacto directo con el paciente y en el hospital.

Objetivos

Proponer al podcast cómo herramienta de estudio y difusión de contenidos académicos. Conocer las posibilidades que ofrece este nuevo soporte.

Confeccionar podcasts interactivos que promuevan una participación activa por parte del usuario/estudiante al momento de la escucha.

Describir las cualidades del celular: dispositivo de mayor uso entre los jóvenes.

- Problema/cuestión/experiencia: describe el problema, cuestión o experiencia específica objeto de estudio y la estrategia de investigación (en su caso) que se utilizará.
- Antecedentes. Realizar las citas correspondientes de estudios anteriores que se relacionan específicamente con el trabajo.
- Objetivos: enuncia formalmente los objetivos e hipótesis, en su caso.

RESULTADOS

Los resultados apreciados en esta experiencia del podcast como herramienta de aprendizaje han sido muy buenos. En las diversas universidades donde me desempeño se ha visto un compromiso destacado por parte de los estudiantes en cuanto a la elaboración de los productos y junto a ello una gran motivación al apreciar el *feedback* que las producciones han tenido con el público. Sumado a ello, el uso de las plataformas digitales que los estudiantes usan habitualmente, Spotify e Instagram por mencionar algunas, ha despertado su interés al momento de utilizar estos soportes con un lenguaje y contenido académico.



DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En el III Seminario de Virtual e-learning para profesores universitarios, el docente Diego Vergara sostuvo que “todo juego tiene como base aprender” (2021) y consideramos que no hay mejor manera de aprender que jugando. Hacer un podcast interactivo hace que el creador tenga que pensar un formato atractivo y entretenido para despertar el interés en el usuario, y obliga a la vez a conocer a la perfección el contenido que desea transmitir, en este caso, académico.

Para que sea efectiva la enseñanza en estos tiempos de virtualidad, debemos conocer los intereses y usos de nuestros estudiantes junto con los soportes y plataformas que eligen en su vida cotidiana. El podcast es un recurso que puede servir como complemento académico, espacio de difusión de contenidos y cómo fuente de creatividad para que los estudiantes internalicen los conocimientos, los transmitan de forma alegre, comprometida y se involucren con su formación académica.

La virtualidad tiene sus pros y contras. No nos vamos a centrar en esa discusión porque no es objeto de nuestro análisis. Pero si podemos afirmar que en estos tiempos existen nuevas de producción y consumo en torno al mundo de los medios y el consumo, también tenemos la posibilidad de generar nuevos contenidos académicos que estén vinculados con las nuevas formas de consumo que tienen nuestros estudiantes. Ese es el principal desafío que tenemos en este contexto de enseñanza virtual. Adaptar nuestros contenidos académicos para llegar a nuestro público con contenidos educativos atractivos e innovadores. Por ejemplo, mediante un podcast, combinando arte y educación.

REFERENCIAS

Herreros, M. (2008). *La radio en internet*. Buenos Aires, La Crujía

Herreros, C. (1998) La expansión de la Ciberradio de Mariano Cebrián Herreros – *Revista Venezolana de información, tecnología y conocimiento*.

Ortiz, M. A. y Marchamalo, J. (1994) *Técnicas de comunicación en radio: la realización radiofónica*. Barcelona: Paidós Ibérica.

10º Congreso de Red COM (2008). “Contactos Hipersegmentados y Desinformados en la era de la Globalización”. Universidad Católica de Salta – 4, 5 y 6 de septiembre. Recuperado en: <http://campostrilnick.org/wp-content/uploads/2012/03/articulo-sobre-la-convergencia2.pdf>

Toni Sellas Güell (1997). “Revolución del podcasting la comunicación”.