

El uso del Podcasting en la formación universitaria.

Monzón, Francisco.

Cita:

Monzón, Francisco (2024). *El uso del Podcasting en la formación universitaria*. III Congreso Internacional de Ciencias Humanas. Escuela de Humanidades, Universidad Nacional de San Martín, Gral. San Martín.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/3.congreso.eh.unsam/68>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/esz9/ror>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

El uso del Podcasting en la formación universitaria

Autor: Francisco Leonardo Monzón

Afiliación institucional: EH/UMSAN

Correo electrónico: fmonzon@unsam.edu.ar

Resumen

Esta ponencia tiene como objetivo compartir una experiencia de capacitación en producción y realización de radio en un ámbito institucional universitario que carece del equipamiento tradicional para tal fin (estudio y equipamiento sonoro).

Se exploran las posibilidades del *podcasting* como recurso para abordar la práctica radiofónica. El podcast es un recurso que permite compartir contenido por parte de los docentes, siendo también un medio por el cual los estudiantes planifican, producen y publican audios en plataformas de hosting bajo la supervisión de los responsables del curso. La propuesta pedagógica se desarrolla a partir de la siguiente secuencia: introducción al lenguaje radiofónico, preproducción, producción, postproducción, publicación y difusión del podcast. Por último, se diseña y aplica en grupo una herramienta para la escucha crítica de cualquier tipo de discurso radiofónico.

Queda demostrado que el trabajo grupal, con la posibilidad de la sinergia que cada individualidad suma al conjunto, sumado a los recursos teóricos y a la competencia técnica de los alumnos, redunda en una propuesta superadora para lograr los objetivos planteados en la planificación docente.

Como respaldo documental de la experiencia, les compartimos el material alojado en distintas plataformas (ver [Taller 1](#)).

Palabras clave

Podcast; radio; discurso radiofónico; formación; educación superior; tecnología digital.

Introducción

La revolución digital y la revolución de las comunicaciones de las últimas décadas (Castells, 2012, p. 89) propiciaron el surgimiento de los cibermedios, entre los que podemos distinguir medios nativos (100 % digitales) y otros que integran formatos y prácticas tradicionales y con características específicas de las nuevas plataformas digitales y multimedia.

El formato radiofónico tradicional, propio del *broadcasting* del siglo XX, adaptó contenido, géneros, temas, espacios, condiciones de producción y recepción a las posibilidades que Internet propone (navegación, hipertextualidad, hipermedialidad e interactividad) desde la sintaxis narrativa propia de la lectura en línea (Piscitelli, 2002, p. 157).

Esta adecuación de la radio al proceso de mediamorfosis que impactó a todo el ecosistema mediático (Fidler, 1998, p. 57) nos permite hoy poder "ver" un programa de radio en vivo mediante distintas plataformas audiovisuales, participar del mismo desde las redes sociales, consumir contenido recortado de la emisión original "a la carta" desde plataformas que funcionan como agregadoras y producir (publicar y consumir) material original en el formato podcast.

Radio y Universidad

En línea con el lugar que la historia de la radio le destina a nuestro país, Argentina se destaca por la fundación de la primera emisora universitaria: en el 2024 celebramos los 100 años de la radio de la Universidad de La Plata (Ulanovsky, Merkin, Panno, & Tijman, 1995, p. 57). Así, la radio universitaria se plantea como una herramienta de extensión hacia la comunidad a partir de contenidos varios y, además, se constituye como un espacio de capacitación para los estudiantes.

Tan extendida está esta práctica en nuestro país que existe una institución que nuclea a todas las emisoras universitarias: ARUNA (Asociación de Radios Universitarias Nacionales Argentinas).

En el año 2019 me sumé como docente de radio de la Licenciatura en Comunicación Audiovisual de la Escuela de Humanidades de la UNSAM. En el caso de la Universidad Nacional de San Martín, no cuenta con una radio propia ni con el equipamiento estándar de un estudio de radio.

¿Cómo encarar la formación radiofónica en ese contexto? Desde el inicio, la propuesta fue utilizar el Podcasting como plataforma para abordar el lenguaje y la producción radial. Así, esta ponencia se centra en la experiencia realizada desde 2019 a la fecha en el Taller de Medios Audiovisuales e Interactivos I.

¿Por qué trabajar con el formato podcast? Por un lado, a partir de la masificación del acceso a herramientas digitales de grabación y edición, la realización de un podcast es factible y económica, ya que la inversión necesaria no supera el costo de una PC o notebook estándar. Asimismo, la variada oferta de plataformas que permiten el hosting gratuito de archivos de audio para su reproducción *online* garantiza que lo producido no quede limitado a la escucha de los estudiantes del curso, sus amigos o familiares.

Así, el desafío es hacer radio sin disponer de un estudio de radio. Ya no es necesario equipos sofisticados ni capacitación para su uso. Las herramientas digitales son intuitivas, y muchas de ellas están potenciadas por la Inteligencia Artificial.

Desde el punto de vista pedagógico, se plantea un proceso de apropiación del formato podcast al interactuar, investigar y grabar un audio, para compartir finalmente lo producido en la web. Es decir, un trabajo en concordancia con la idea de la "red", una forma compartida

de ser, estar y actuar en el mundo a partir de la interconexión y la interacción (Castells, 2005, p. 61), propia del perfil de los estudiantes que cursan el Taller.

Además, el podcast es un instrumento muy flexible desde el punto de vista didáctico, ya que puede ser empleado tanto en la enseñanza presencial como en los cursos a distancia y, por supuesto, en los cursos híbridos. Vale aclarar que hay una doble entrada al podcast en el contexto del aula: primero como recurso para presentar temas dentro de una secuencia didáctica por parte de los docentes del taller (ver podcast: ¿qué hay de nuevo, viejo?), luego como recurso para que los estudiantes logren un aprendizaje colaborativo, a partir de un trabajo de investigación sobre temas relacionados con diversas problemáticas vinculadas al uso de las TIC, en el marco del proceso de realización grupal de un podcast.

Otro factor importante a tener en cuenta a la hora de elaborar la propuesta del taller surge de los datos estadísticos de las investigaciones que buscan perfilar a la audiencia del podcast en nuestro país. Por ejemplo, la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales (Ministerio de Cultura de la Nación, 2023) indica que un 13 % de la población escucha podcast, siendo la franja entre los 18 y 29 años y los NSE medio y alto donde se concentra la mayor porción de escuchas. A partir de estos porcentajes vemos una correlación directa con los datos demográficos de la mayoría de los estudiantes del Taller: el podcast es un formato que conocen y consumen.

Etapas de trabajo

En el inicio, se comparte la secuencia de contenidos de todo el proceso que finalizará con la publicación en línea del podcast de cada grupo. En esta primera etapa, los alumnos deben conformar un grupo de 4 integrantes y elegir tema (¿qué quiero contar?) de un listado de 10 opciones.

Además, se agregan otros ítems vinculados al posible objetivo de un proyecto fuera del contexto académico (en el caso de este proyecto el objetivo es aprobar el Taller) como por ejemplo el recorte temático (¿cómo quiero contar el tema trabajado?).

El contenido crítico a trabajar en esta instancia se basa en los elementos del discurso radiofónico: palabras, música, efectos sonoros y silencios a partir de los cuales podemos narrar y construir imágenes acústicas (Haye, 2004, p. 41).

En la segunda etapa (preproducción), se asignan los roles específicos, se determina el público objetivo, el calendario de producción y se determina el nombre y la descripción del episodio a producir, además del diseño de la portada (Rodríguez, 2011, pp.115-117).

A continuación, en la etapa de producción, se buscan archivos de audio relacionados con el tema analizado, se determina la estructura del episodio con una duración máxima de 30 minutos, se programan y se graban las entrevistas con personas vinculadas a la temática y se redacta el guion radiofónico. Por último, se graban las voces de los conductores (Rodríguez, 2011, pp.118-120).

En esta instancia se aborda la estética radiofónica, a partir de la cual el discurso propio de la radio es abordado como un todo, donde contenido y forma se fusionan. Si partimos de la base de que un discurso es lo que se dice y cómo se dice, el discurso es una práctica, un hacer, una tarea de producción (Mata & Scarafia, 1993, p. 23).

En las dos etapas restantes, se lleva a cabo la edición, la publicación del podcast y la difusión a través de los canales pertinentes según las características de nuestro público objetivo.

Escucha crítica

Como último eslabón del proceso, cada grupo debe elaborar una planilla con un mínimo de 10 ítems que sirva para la evaluación de cualquier producto radiofónico. Una vez cumplida la entrega del trabajo práctico, la última actividad es escuchar desde Spotify un podcast producido por sus compañeros y aplicar la planilla de escucha crítica para la elaboración y entrega de un informe final. Esta dinámica, que denominamos “escucha cruzada”, permite que todos los grupos evalúen y sean evaluados por sus pares. El objetivo de esta instancia es que, como profesionales de la comunicación, adquieran las herramientas y los criterios para poder evaluar un audio más allá de sus gustos personales, fundamentando la opinión sobre cuestiones técnicas y estéticas concretas.

Así, la secuencia didáctica (Taboada, 2021, pp. 9-13) se plantea en el siguiente orden:

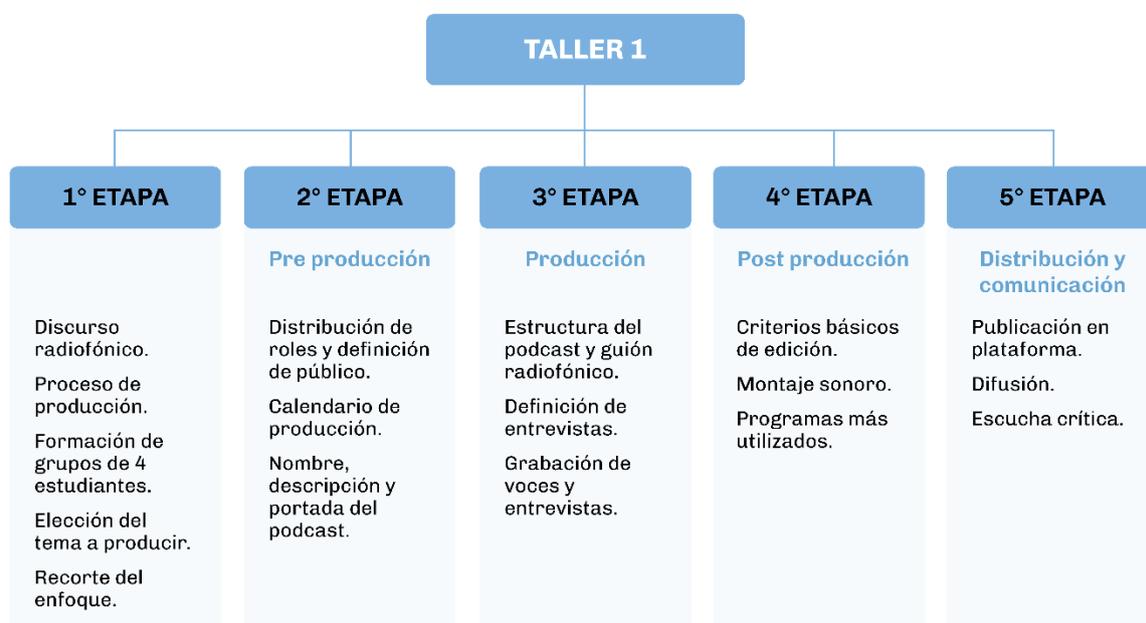


Fig. 1: Etapas del taller.

A modo de conclusión

De la experiencia presentada se pueden obtener las siguientes conclusiones:

- 1) El alumnado encuentra en el podcast (audio de consumo *on demand*) un canal con el que está familiarizado, por lo que acepta de buena manera realizar actividades relacionadas con la producción, la distribución y la recepción del formato.
- 2) Se evidencia que la herramienta es simple y fácil de usar desde la perspectiva del alumnado por estar familiarizados con el uso de dispositivos de grabación y programas de edición audiovisual, por lo que abre un escenario innovador de trabajo dentro del aula.
- 3) El podcast se presenta como una herramienta innovadora en el marco de la educación superior, ya que refuerza el trabajo colaborativo y el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- 4) El formato se puede aplicar tanto al desarrollo de contenidos curriculares por parte de los docentes, como a la realización de trabajos prácticos en función de los objetivos de distintos programas académicos.

Bibliografía

- Castells, M. (2005). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura*. Volumen I, La Sociedad Red (3ª ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Comunicación y poder*. México: Siglo XXI.
- Fidler, Roger (1998) *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires, Granica.
- Haye, Ricardo (2004). *El arte radiofónico. Algunas pistas sobre la constitución de su expresividad*. Buenos Aires: La Crujía.
- Mata, M. C. & Scarafia, S. (1993) *Lo que dicen las radios: Una propuesta para analizar el discurso radiofónico*. Quito: ALER.
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós.
- Taboada, M. B. (2021). *Secuencias didácticas: 30 preguntas y respuestas* (1ª ed.). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: El Ateneo.
- Ulanovsky, C., Merkin, M., Panno, J. J., & Tijman, G. (1995). *Días de radio I (1920-1959)*. Buenos Aires: Ediciones Perfil.

Fuentes

- Blog Medios Audiovisuales E Interactivos 1. Recuperado de https://mediosaudiovisualeseinteractivos1.wordpress.com/_trashed/
- Ministerio de Cultura de la Nación. (2023). *Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2023*. Buenos Aires: Ministerio de Cultura de la Nación. Recuperado de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2023/05/encc2023_informe_preliminar.pdf

- Spotify. Recuperado de

<https://open.spotify.com/show/3cifD6DxmX6bLj1L7Lqva6?si=40fc7be9969a4cb0>