



TRABAJO FIN DE MÁSTER

El pódcast como herramienta en la Educación

Autor: Sergio Daniel Lozano Fernández

Tutora: María Teresa Martín Palomo

Máster en Comunicación Social

Facultad de Humanidades
UNIVERSIDAD DE ALMERÍA
Curso académico 2021/2022
Almería, julio de 2022
Convocatoria de septiembre

Resumen

En este Trabajo Fin de Máster se estudia la potencialidad del pódcast como recurso educativo. La investigación se inicia con un brevísimo recorrido genealógico que va desde el origen de la radiodifusión hasta la llegada del pódcast. En este camino se describe cómo este medio ha logrado adaptarse a los grandes hitos históricos que le ha tocado vivir: las guerras, el origen de la televisión y, más tarde, la revolución digital que comienza con la llegada de Internet. La radio es un medio de comunicación que sigue estando muy presente a pesar del creciente protagonismo de las pantallas. En el ámbito de la educación se está generando cada vez más interés por esta herramienta, sobre todo a raíz de la pandemia ocasionada por el SARS-CoV-2 y sus obligados confinamientos. Si bien existen estudios que defienden sus beneficios, las encuestas muestran que las y los jóvenes no tienen una relación estrecha con la radio hablada ni con los pódcast, y en la docencia la radio escolar no es una técnica extendida. Este trabajo busca conocer cómo se está utilizando el pódcast como herramienta educativa en diferentes ámbitos, en la educación formal, pero también en un sentido más amplio, en la educación social en el ámbito comunitario, en la provincia de Almería. Se ha realizado una aproximación metodológica cualitativa con profesionales de la educación y/o de la radio de tres ámbitos: a) radios escolares (escuelas e institutos); b) radios universitarias; y, c) radios comunitarias. Se ha entrevistado a técnicos/as de radio, maestros/as y educadores/as. A través de los discursos producidos en situación de entrevista hemos intentado construir un mapa de las radios educativas en la provincia.

PALABRAS CLAVE: pódcast – radios escolares – niños, niñas, adolescentes y jóvenes– educación – radio universitaria – convivencia, comunidad

Abstract

This research studies the potential of the podcast as an educational resource. We will analyse the origins of radio broadcasting up to the arrival of the podcast. Along the way, we will see how this medium has managed to adapt to the great historical milestones it has had to live through: the war, the origin of television and, later, the Internet. This means of communication is still very present despite the prominence of screens, and in education, interest in this tool is beginning to recover as a result of the pandemic. However, although there are studies that defend its benefits, surveys show that young people do not have a close relationship with talk radio or podcasts, and in teaching, school radio is not a widespread technique. This work seeks to know how the podcast is being used as an educational technique in different areas, in formal education, but also in a broader sense, in the province of Almeria. A qualitative methodological approach has been made to education or radio professionals in three areas: a) school radios (schools and high schools); b) university radios; and, c) community radio stations. This work will interview teachers from Almeria, among other related professionals, who carry out radio with their students to find out first-hand if this tool is really interesting and positive for the educational community.

KEY WORDS: podcast - school radio – youth – adolescence – primary school – secondary school - college radio – coexistence

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	6
1.1. JUSTIFICACIÓN	6
1.2. OBJETIVOS	7
1.3. METODOLOGÍA	8
1.3.1. Fuentes secundarias	9
1.3.2. Fuentes primarias	11
2. DE LA RADIO AL PÓDCAST	17
2.1. LAS ONDAS HERZIANAS	17
2.1.1. Muchos nombres y una génesis compartida	17
2.1.2. El origen de las emisoras de radio	19
2.1.3. El negocio	20
2.2. LA RADIO EN INTERNET	24
2.2.1. El nacimiento de la red de redes.....	24
2.2.2. Internet no es un mero canal.....	25
2.2.3. La participación de los oyentes	27
2.3. EL PÓDCAST	29
2.3.1. ¿Qué es un Pódcast?.....	29
2.3.2. La evolución del pódcast.....	31
2.4. EL PÓDCAST EN EDUCACIÓN	34
3. LAS RADIOS EDUCATIVAS EN ALMERÍA	37
3.1. TIPOS DE RADIOS EDUCATIVAS	37
3.2. MATERIALIDAD DEL ESPACIO RADIOFÓNICO	43
3.2.1. Un espacio radiofónico externo	43
3.2.2. Un espacio radiofónico propio	44
3.2.3. Recursos necesarios para su creación	47
3.2.4. El momento de la grabación	48
3.3. FORMACIÓN PREVIA	49
3.4. MODOS DE HACER	51
3.4.1. Un recurso en tiempo de crisis	51
3.4.2. El rol docente	52
3.4.3. El uso de la escaleta	53
3.5. ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS	54
3.5.1. Mejora de la competencia comunicativa	54
3.5.2. Mejora de la competencia social y cívica (convivencia)	54

3.6. ESTIMULAR A LA COMUNIDAD EDUCATIVA	55
3.6.1. Incentivar al profesorado	55
3.6.2. Incentivar al estudiantado	57
3.6.3. Aprendizaje entre iguales	59
3.7. CONTINUIDAD EN LOS NIVELES EDUCATIVOS	59
3.8. PLATAFORMAS	61
4. CONTINUIDADES Y DISCONTINUIDADES EN LAS RADIOS EDUCATIVAS ..	62
5. CONCLUSIONES.....	69
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS	76
ANEXO I. GUIONES ENTREVISTAS	77

1. INTRODUCCIÓN

1.1. *JUSTIFICACIÓN*

Uno de los grandes dilemas en torno a los inicios de la comunicación humana radica en conocer qué surgió primero si el cantar o el contar, dos grandes manifestaciones culturales vinculadas tanto a la oralidad como a la escritura. Por razones obvias, el origen de dichas vertientes culturales estuvo vinculado a la oralidad, lo que favorecía las reuniones sociales, el aprendizaje, el ocio, la familiaridad con una voz que contaba historias, así como la transmisión de saberes y pautas culturales.

En este trabajo se analiza cómo la radio, y su evolución digital que nos lleva hoy al pódcast, independientemente de dónde se utilice, conecta con nuestros antepasados, que reunidos junto al fuego se contaban historias con las que conocían las novedades, aprendían ciertos conocimientos, reflexionaban sobre los acontecimientos y sobre lo vivido, y pasaban veladas agradables socializando en el grupo.

Esa conexión con nuestros orígenes y la importancia de la oralidad, del contar, permite entender la vigencia de la radio hoy, su supervivencia, su adaptación a diferentes formatos y a diferentes soportes técnicos, a pesar del surgimiento la televisión y de la red de redes, Internet. De ello da cuenta el auge actual que está experimentando el formato pódcast. Si un medio de comunicación ha sido capaz de adaptarse a estos últimos cien años de historia y seguir sorprendiendo a la sociedad, sería conveniente que el sistema educativo buscara diferentes vías para su incorporación en el proceso de enseñanza-aprendizaje de un modo significativo.

Esta investigación surge a las puertas del año 2022, en un contexto prácticamente pospandémico en el que la pantalla ha acaparado gran parte del devenir cotidiano. Este protagonismo excesivo empieza a dar muestras de cierto agotamiento, a la par que es recomendable que se vaya equilibrando con otras opciones de aprendizaje y entretenimiento. En este sentido, parece que llevar esta herramienta comunicativa a la educación (formal y no formal) podría ser fundamental y convertirse en un recurso con gran potencialidad para trabajar muchas competencias. De hecho, durante la pandemia de COVID-19 ha resurgido el uso de la radio en entornos educativos por la gran

facilidad para incorporarla como medio en entre la comunidad educativa, incluso ha permitido la continuidad en lugares desfavorecidos (García Aretio, 2022:15).

1.2. OBJETIVOS

Esta investigación surge a partir de las siguientes preguntas: ¿el pódcast puede ser una herramienta didáctica útil para el trabajo educativo?, ¿podría ser una herramienta motivadora y significativa para el estudiantado?, ¿qué implicaciones tiene para la práctica didáctica y curricular del profesorado?, ¿y en el marco de la educación no formal?, ¿qué tipo de formatos y experiencias educativas con el pódcast se han puesto en marcha en la provincia de Almería?, ¿cómo funcionan?, etc.

Para intentar dar respuesta a algunas de estas preguntas se han planteado los siguientes objetivos:

Objetivo general:

Explorar la potencialidad del pódcast como herramienta educativa en el ámbito de la educación formal y no formal en la provincia de Almería.

Objetivos específicos:

- Indagar en los efectos que se obtienen con la implantación de esta herramienta en el estudiantado de primaria, de secundaria y universitario.
- Conocer si es posible trabajar contenidos curriculares con el pódcast en dichos niveles educativos.
- Averiguar si el uso del pódcast mejora las competencias comunicativas, tanto escritas como orales.
- Investigar si es posible trabajar con el pódcast contenidos transversales como el medio ambiente, la igualdad, el respeto a la diversidad cultural, entre otros.
- Analizar la potencialidad del pódcast como herramienta educativa en el ámbito comunitario.

1.3. METODOLOGÍA

Para lograr los objetivos descritos, esta investigación ha seguido las recomendaciones metodológicas de Miguel Beltrán (1985) sobre diferentes vías de acceso a la realidad social. En primer lugar, se ha optado por utilizar el método histórico, ya que el analista social debe conocer el curso que ha sufrido su objeto de estudio, cómo ha llegado a ser como es, e incluso por qué ha llegado a serlo (Beltrán, 1985:9). En segundo lugar, se ha recurrido al método comparativo, que permite dilucidar qué aporta la didáctica del pódcast y qué es lo que se está haciendo con los y las niños y jóvenes de la provincia de Almería con esta herramienta. Los beneficios de los estudios comparativos son inconmensurables porque reflejan la diversidad y desarrollan teorías que sobrepasan las fronteras de la o del investigador «con el objeto de obtener una visión más rica y libre del fenómeno» (Beltrán, 1985:15). En tercer lugar, se ha intentado adoptar en todo momento un enfoque crítico-racional, es decir, reflexionar sobre el objeto de estudio para no pretender la convicción de unanimidad o dogmatismo. Por último, hay que señalar que el método de estudio adoptado es el cualitativo, pues facilita el análisis de los diversos modos de realización de productos radiofónicos con los niños, las niñas y jóvenes almerienses mediante la realización de entrevistas semiestructuradas. Este planteamiento desarrollado en cuatro fases diferenciadas e interdependientes se puede analizar atendiendo al tipo de fuente utilizada clasificadas en: fuentes primarias y fuentes secundarias.

Esta modesta investigación no hubiera sido posible sin las fuentes que han cimentado la estructura de este texto. En primer lugar, se ha partido de fuentes secundarias, es decir, de investigaciones científicas publicadas con el objetivo de conocer el tema desde el origen. Los resultados obtenidos se han sintetizado y han servido, entre otros aspectos, para elaborar entrevistas a docentes y otros profesionales implicados en la realización de radio escolar o comunitaria. Las entrevistas realizadas han constituido las fuentes primarias que se han utilizado para obtener las ulteriores conclusiones. En las páginas que siguen se presenta un mayor detalle de cómo se ha efectuado esta doble aproximación a través de fuentes secundarias y primarias al objeto de estudio.

1.3.1. Fuentes secundarias

En primer lugar, se realizó una revisión histórica de fuentes científicas que permitieran asentar los fundamentos del objeto de estudio. Se partió del origen de la radiodifusión y para ello se acudió a bibliografía especializada en catálogos electrónicos, con la búsqueda de palabras clave como «radio» o «radiodifusión». Ese acercamiento condujo a fuentes provechosas que, a su vez, suministraron más referencias bibliográficas. Conforme se iba aproximando la historia al siglo XXI, las palabras clave debían añadir el complemento de Internet si se pretendía analizar esta repercusión: «la radio en Internet», «la radio en la era digital», etc. En este momento fue de mucha ayuda incorporar bases de datos como Dialnet, porque el catálogo electrónico de la biblioteca de la UAL ya no era suficiente. Efectivamente, en la investigación sobre el pódcast, los resultados más fructíferos provinieron de bases de datos como Dialnet, con palabras clave del tipo «pódcast» o «pódcast España». Pese a que se encontraron investigaciones relevantes y que se han utilizado en el presente trabajo, los resultados más satisfactorios proceden de tesis doctorales recientes sobre el tema.

Una vez realizada una brevísima revisión histórica sobre el origen del pódcast, desde la génesis de la radiodifusión al presente, era necesario realizar una investigación sobre la utilización de esta herramienta en las aulas y en otros espacios educativos no formales. Para ello, se realizó una búsqueda exhaustiva en diversos buscadores, catálogos electrónicos y varias bases de datos con las palabras clave «pódcast educación», «radio escolar», «podcastig educación». Los resultados más fructíferos proceden de bases de datos como Dialnet y Scopus.

Detalle de los resultados de la revisión bibliográfica para la elaboración del marco teórico

De la literatura especializada que se ha trabajado a partir de la revisión bibliográfica, hay muchos expertos y expertas que son dignos de mención, de los que en esta breve síntesis se van a destacar los que más luz han arrojado sobre el tema estudiado. En el apartado de la génesis de la radio es imprescindible la lectura de la obra del profesor de la Universidad de Autónoma de Barcelona, Armand Balsebre, con su *Historia de la radio en España* (2001), una enciclopedia de dos volúmenes en la que se

realiza un repaso exhaustivo de la evolución de la radiodifusión desde 1874 hasta 1985. Si bien se centra en la evolución en la península ibérica, no pierde la perspectiva y la comparativa internacionales. No es la única historiografía de la radio, pero sí una muy digna para iniciarse en este campo de estudio y está repleta de referencias bibliográficas. Es prolija en detalles de todo tipo: acontecimientos históricos que contextualizan los avances radiofónicos, explica cómo los creadores se van beneficiando mutuamente de los inventos, relata la lucha por conseguir la patente, cómo surgen y se consolidan las primeras emisoras en España y en el extranjero, cómo afecta la guerra civil a la radiodifusión, la publicidad y la determinación de los técnicos a la hora de hacer radio en tales circunstancias, el nacimiento de la radio musical en sí y la llegada de la televisión, entre muchos otros aspectos del surgimiento y evolución de la radio en nuestro país. En definitiva, constituye una fuente básica de conocimiento para quien desee investigar este medio de comunicación.

Otro hito importante en la trayectoria de este *mass-media* fue la llegada de Internet. Para indagar en este momento histórico, uno de los especialistas imprescindibles en la materia es Mariano Cebrián Herreros, catedrático de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, conocedor de los cambios que supuso la red de redes. Su obra *La radio en la convergencia multimedia* (2001) ha sido central para conocer la puerta que abrió la Internet, tanto a periodistas, a emisoras de radio como a la audiencia. Analiza todos los factores técnicos, profesionales y sociológicos, pero también detalla el comienzo de la radio a la carta, gracias al paso de la radio sincrónica a la asincrónica. Por último, vierte una prevención interesante, pues afirma que la pervivencia de la radio depende más del aprovechamiento para conectar con la audiencia que de la mejora de la técnica.

El eje temático angular de la investigación aquí desarrollada es el podcast y para conocer cómo ha surgido y consolidado como radio en la red, son fundamentales los aportes de dos investigadoras. El primera aportación procede de la tesis doctoral de la profesora María Blanco Hernández, profesora de la Universidad Internacional de La Rioja, que ha sido esencial para adentrarse de una forma rigurosa en este mundo. Su estudio es una fuente de conocimiento fundamental para averiguar el origen del término, quiénes fueron sus creadores y creadoras, la tecnología que fue necesaria para implementarlo, la relación de este medio con la radiodifusión y otros medios de comunicación como los blogs; en este trabajo, analiza la evolución del podcast desde su

origen en el año 2005 y realiza una comparativa entre España e Hispanoamérica sobre la experiencia de ambas sociedades con esta herramienta.

La segunda aportación relevante es el trabajo de María del Pilar Martínez-Costa Pérez, de la Universidad de Navarra, que ha estudiado la radio desde la era digital y actualmente realiza estudios relacionados con el uso del pódcast y la radio online en España. En este Trabajo Fin de Máster se han utilizado varias publicaciones suyas, algunas escritas en colaboración con otros investigadores, que han servido para conocer datos tan relevantes como cuál es la edad en que la gente se empieza a acercar al pódcast, a escuchar la radio hablada y otros temas muy concretos e interesantes.

Por último, el bloque de educación aplicado al pódcast ha sido elaborado a partir de la revisión de publicaciones científicas que atendían a los diversos niveles educativos. En Primaria, por ejemplo, se ha recurrido a los trabajos del profesor Rafael Quintana que destaca, entre otros aspectos, la percepción psicológica del alumnado al escuchar su voz, que no es tan violenta como en Secundaria, por el momento madurativo que viven, pero también se utilizan las evidencias que en 2007 Susana Vázquez detectó en el *podcasting*, como una herramienta evaluadora, que reforzaba los contenidos clave, etc. En Secundaria, la contribución más significativa la han aportado unos docentes madrileños que han trabajado con esta dinámica y han divulgado detalladamente cómo la han llevado a cabo, su temporalización, el alumnado seleccionado, las problemáticas surgidas, entre otros detalles. En el ámbito universitario ha sido de especial interés el estudio de Solano y Sánchez, dos profesoras de la Universidad de Murcia que, en 2010, profundizaron sobre las posibilidades educativas de esta herramienta. Conocer este trabajo enriqueció la preparación de los guiones de entrevista, en especial de la realizada a Esther Benavides de Radio UAL, ya que iluminó un camino desconocido como es el de las radios universitarias.

1.3.2. Fuentes primarias

Una vez el marco teórico estuvo construido, se recurrió a la metodología cualitativa para adentrarnos en el universo inexplorado aún de las radios educativas en Almería, y para ello hubo que realizar el diseño del trabajo de campo que se desarrolló entre los meses de marzo y mayo de 2022. Se optó por la herramienta o técnica de

entrevista semiestructurada, pues esta permitía acceder a las experiencias de los y las informantes clave para esclarecer cómo se ha implantado el universo del pódcast en diferentes modalidades y espacios pedagógicos en Almería. Se pensó en un diseño abierto en su contactación a partir del recurso a la técnica de bola de nieve, por lo que a medida que el campo de investigación se iba conociendo mejor, a partir del primer análisis de los discursos se iba contactando con otros profesionales, algunos contactados a partir de los propios entrevistados y entrevistadas y otros por otras vías con la finalidad de diversificar la vías de contacto: estaba todo por hacer. Progresivamente se ha ido construyendo un mapa de las diferentes experiencias de pódcast con una dimensión educativa en Almería. Antes de pensar en los guiones, había que buscar a los sujetos y, para ello, se recurrió a contactos personales, académicos y también laborales. Una de las primeras conexiones que se establecieron fue con la directora de Radio UAL que, al gestionar el programa de «Aula de Radio», estaba en contacto frecuente con la red de radios escolares y comunitarias de la provincia. Esto favoreció el contacto con otros docentes de primaria y de secundaria, así como con experiencias comunitarias como la de Ítaca, una asociación vecinal de la barriada de El Puche, que trabaja con menores en riesgo de exclusión social y para la que los pódcast son un mundo que desarrolla la competencia cívica. Esta vía, y la bola de nieve que se generó, así como otros contactos personales, permitieron acceder a todos y todas las entrevistadas. Finalmente, las entrevistas que han podido llevarse a cabo se representan en la tabla 1.

Esta parte de la investigación ha sido la más ardua porque contactar con cada uno de los y las informantes, esperar su reacción, conseguir una respuesta en el mejor de los casos, cuadrar la entrevista en agendas muy llenas, ya que todas las personas invitadas a participar en el estudio, y que accedieron a hacerlo, estaban muy saturadas de compromisos laborales, personalizar los guiones de entrevista porque, si bien en la plantilla de base había preguntas clave que permitían dar respuesta a las preguntas de investigación, se hacía necesario conocer bien la trayectoria del/la sujeto que se había prestado a ser entrevistado para ver cómo podía enriquecer este estudio desde su posición social particular. Una vez realizadas las cinco entrevistas previstas en el diseño original, estas han sido transcritas íntegramente y se ha llevado a cabo el correspondiente análisis para conocer mejor la situación del pódcast en el ámbito educativo dentro de la provincia de Almería.

Tabla n.1 Perfiles personas entrevistadas

	SEXO	EDAD	ESTUDIOS	PROFESIÓN	CENTRO
E1	Mujer	40	Magisterio de Educación Infantil	Maestra de Educación Infantil	CEIP Clara Campoamor (Huércal de Almería)
E2	Hombre	32	Magisterio de Educación Primaria	Maestro de ATAL ¹	CEIP Mirasierra (Las Norias de Daza, El Ejido)
E3	Hombre	42	Filología Hispánica	Profesor de Lengua	IES La Mojonera (Almería)
E4	Mujer	53	Máster de Comunicación Social	Directora de una radio universitaria	Universidad de Almería (Almería)
E5	Hombre	33	Integración Social	Director de asociación vecinal	Centro Ítaca (Barriada El Puche, Almería)

Fuente: Elaboración propia

Por último, se han analizado las entrevistas de forma artesanal a partir del plan de análisis diseñado con el objetivo de obtener una serie de características que permitan obtener finalmente unas conclusiones generales, tal vez aplicables al ámbito educativo y, sobre todo, que puedan dar respuesta a las preguntas de investigación presentadas más arriba.

Perfil de los y las informantes entrevistados

A continuación se presenta brevemente a los y las informantes entrevistados:

- El sujeto E1 es Sonia, una cordobesa que reside en Almería desde que se vino a estudiar la diplomatura de Magisterio en la Universidad de Almería. La conocí porque ella era la coordinadora de un curso del CEP² de Almería sobre «Pódcast y Comunicación Oral». Llamé a su centro de trabajo, el CEIP Clara

¹ ATAL: Aulas Temporales de Adaptación Lingüística.

² CEP: Sistema andaluz de formación Permanente del Profesorado.

Campoamor, y me facilitaron su correo electrónico. Mediante esta vía, me presenté y le comuniqué mis intenciones. Ella no tardó mucho en responderme, pero estaba un poco reticente debido al escaso tiempo que podía dedicarme. Le prometí que no sería más de una hora, le facilité los días de los que yo disponía, ella eligió uno, la hora y la opción de realizarla de forma telemática. La entrevista transcurrió sin problemas y, como sabía la premura que tenía mi entrevistada, realicé las preguntas de forma rápida reajustando el guion elaborado inicialmente. Por tanto, la entrevista aun manteniendo cierto grado de apertura, como corresponde a una herramienta cualitativa, fue muy estructurada.

- El sujeto E2, de nombre Rubén, es un ejidense de 32 años que trabaja como maestro en el colegio de Las Norias de Daza (El Ejido, Almería). A Rubén lo conocí en la jornada final del programa Comunica, un Plan de Innovación educativa promovido por la Junta de Andalucía en el que Rubén fue ponente y explicó lo que hacen en su CEIP³. Proyectó diversos vídeos y contacté con él porque el trabajo que está desarrollando en dicho centro tiene una gran calidad «Muchas veces nos presentamos a premios nacionales como Premios de Buenas Prácticas del MEC⁴, Concurso de pódcast de RNE, etc.» (E2, Las Norias de Daza). Cuando lo entrevisté entendí que la calidad que consigue se debe principalmente a que Rubén fue locutor de radio hasta que lo llamaron de las bolsas de personal docente para ocupar una plaza de profesor interino. No obstante, su trabajo es relevante porque la organización del trabajo con la radio, en formato pódcast, y cómo lo ejecutan representan un paradigma extrapolable a otros centros educativos. Rubén, que también cuenta con una agenda muy apretada, facilitó mucho el que esta entrevista se llevara a cabo. Su aportación es imprescindible en una investigación de radio escolar dentro de nuestra provincia, y probablemente fuera de ella. Confía en esta herramienta educativa «La radio cuenta con una alta motivación, mira que grabamos en los recreos, pero ellos se sienten famosos yendo a la radio». Contacté con él vía Instagram, porque fue ese el canal de comunicación que estableció en la ponencia. Él eligió el día y la

³ CEIP: Colegio de Educación Infantil y Primaria.

⁴ MEC: Ministerio de Educación y Cultura.

hora. La entrevista tuvo lugar el lunes 30 de mayo de 2022 de forma telemática y tuvo una duración de unos 55 minutos.

- El sujeto E3 se llama Joaquín, un contacto facilitado gracias a una compañera del máster en Comunicación Social. Este informante, viatoreño de 42 años, estudió la licenciatura de Filología Hispánica y ha trabajado como profesor de Lengua en la etapa de Secundaria durante unos dieciséis años, tanto en Málaga como en Almería. Desde que está en nuestra provincia, le gusta repetir en el centro del IES La Mojonera porque la directiva le ha apoyado con las distintas propuestas didácticas, como la de gamificación o la radio escolar. La entrevista se llevó a cabo de forma telemática, cuando el docente propuso, y tuvo una duración aproximada de una hora. Joaquín es muy agradable y colaborador; de la entrevista se adelantan las siguientes palabras «Lo ideal sería que todo el profesorado se tomara las metodologías activas como algo imprescindible, no como algo impuesto».
- El sujeto E4 es Esther, su contacto se realizó a raíz del taller, «Cómo hacer pódcast creativos», impartido por Ángeles Molina en el Salón de Grados de Paraninfo de la Universidad de Almería el 18 de marzo de 2022, organizado por el Grupo de Innovación Docente El pódcast como herramienta para la multimodalidad y el aula de radio de Radio Almería. Esta entrevista fue la más difícil de agendar porque la informante estaba muy ocupada. Esther me concede la entrevista haciéndome un hueco en su agenda, el martes 3 de mayo de 2022. Me recibe en el edificio Pita de la Universidad de Almería y realizamos la entrevista en el despacho de una compañera suya. Esther se muestra muy voluntariosa respondiendo a las preguntas, siendo prolija en sus respuestas. No obstante, no cesan de venir a buscarla para que siga con sus muchas ocupaciones. Su entrevista fue la más costosa de transcribir por la cantidad de información facilitada «En Hispanoamérica la radio universitaria está muy valorada y eso hace que estén por delante de nosotros en muchos aspectos, incluso de presupuesto. Nosotros tenemos dilemas ahora que ellos tienen más que superados».
- Por último, el sujeto E5 se llama Óscar y es director de la Asociación Ítica, una entidad destinada a ayudar a jóvenes a desarrollar su potencial, especialmente a

aquellos y aquellas que se encuentran en situaciones vulnerables o en riesgo de exclusión social, para fomentar su interacción y el encuentro con diferentes colectivos con el objetivo de conectarlos con otras realidades interculturales promoviendo el bienestar de las sociedades venideras. Óscar, que fue uno de los miembros fundadores en el año 2018, me recibe en su despacho de la asociación Ítaca y ofrece una de las entrevistas más interesantes de este estudio. Se trata de una persona que ha hecho radio durante muchos años y que estaba impulsando una radio comunitaria que estaba teniendo muy buena acogida cuando la pandemia ha paralizado esta actividad «Si no hubiera sido por la pandemia, estoy seguro de que estaríamos hablando de la primera radio comunitaria establecida en el barrio» (E5, Ítaca).

Una vez realizadas las cinco entrevistas, se han transcrito íntegramente y se ha llevado a cabo el correspondiente análisis de discurso para obtener una visión panorámica de la situación del pódcast en el ámbito educativo dentro de la provincia de Almería. El análisis de discurso se ha realizado siguiendo las recomendaciones de Carmuca Gómez Bueno (2022⁵).

⁵ Conferencia «Claves para el análisis cualitativo», impartida en el marco del curso: I Curso de Investigación Multidisciplinar «La entrevista oral en el ámbito de las Ciencias Humanas y Sociales», organizado por María Teresa Martín Palomo y Emilia Martos Contreras con financiación de la Facultad de Humanidades, que tuvo lugar el 6 de abril de 2022, en el Paraninfo de la Universidad de Almería.

2. DE LA RADIO AL PÓDCAST

2.1. LAS ONDAS HERZIANAS

Sin comunicación no hay sociedad

(Bordería, Laguna, Martínez, 1998:15)

2.1.1. Muchos nombres y una génesis compartida

La radio nace a finales del siglo XIX, momento en que diversos ingenieros de distintas partes del mundo estaban trabajando en esta dirección. En 1887, en Europa, el alemán Heinrich Hertz (Leite, 2015:9) constituyó el primer fundamento de la radio. Si bien hoy lo inalámbrico es algo prácticamente connatural, sobre todo para las nuevas generaciones, entonces suponía un avance sin precedentes en la comunicación: una señal eléctrica que pasaba por una antena creando una onda que se propagaba en la distancia sin hilos.

Poco más tarde, en 1895, mientras que los hermanos Lumière estaban presentando en París el invento del cine, dos ingenieros de distintas nacionalidades aprovechaban los hallazgos de Hertz y se disponían a ganar la patente del invento. Así, el ingeniero ruso A. S. Popov presentó su detector de ondas electromagnéticas y en 1896 transmitió telegráficamente el primer mensaje en la Universidad de San Petersburgo (Rusia). De esta forma, se convertía en el pionero de la comunicación arrebatándole dicho mérito al teórico padre, el ingeniero italiano Marconi (Rueda, Galán y Rubio, 2014: 120).

El italiano Guglielmo Marconi coincide temporalmente en las primeras demostraciones de telegrafía sin hilos con Popov, pero fue muy hábil solicitando la patente de la radio en 1896. Al año siguiente inauguró la primera emisora en la británica isla de Wight (Berlín, 1998: 6). Tres años más tarde, el italiano supo enlazar Reino Unido y Francia mediante telegrafía sin hilos, como se conocía originariamente a la radio, y dos años más tarde pudo mandar la letra «s», un breve mensaje, que llegó a Estados Unidos.

Pese a que España no aporta ningún nombre entre los creadores de la radiodifusión, hay que decir que los ingenieros de la península Ibérica estaban muy pendientes de todos los adelantos que se estaban consiguiendo al respecto y se aplicaban aquí casi de forma instantánea. De hecho, en 1899 tuvo lugar en la Universidad de Barcelona la primera demostración española de comunicación inalámbrica, gracias a la compra de uno de los primeros equipos de telegrafía sin hilos a la Compañía Marconi de Londres.

También en Estados Unidos, Nikola Tesla realizaba desde 1893 demostraciones de radiocomunicación en la ciudad de San Luis. Sí, tres años antes que Marconi, según estas fuentes, sin embargo:

La oficina de patentes norteamericana no reconoció su autoría y adjudicó la patente de invención de la radio a Marconi. No fue hasta 1943 cuando el Tribunal Supremo de los Estados Unidos declaró legalmente a Tesla como inventor de la radio, a pesar de que este hecho apenas trascendió a la opinión pública y hoy en día se sigue considerando a Marconi como el único padre del invento (Rueda, Galán y Rubio, 2014: 120).

Es evidente que estos tres nombres, Tesla en América, Popov en Rusia y Marconi en Reino Unido están relacionados en la génesis de la radio y que sus caminos estaban abonados por los hallazgos de Hertz sobre la electricidad, la luz y el magnetismo. Estos primeros pasos, tan importantes, tuvieron relevantes consecuencias en el siglo XX, como el descubrimiento de la válvula amplificadora por Lee de Forest en Estados Unidos.

Las primeras transmisiones de mensajes sin hilos fueron en alfabeto Morse, hasta que a finales de 1906 el físico estadounidense Lee de Forest descubriera el principio de amplificación electrónica con la válvula audión o triodo que permite retransmitir una voz humana en la distancia sin necesidad de hilos. En la Nochebuena de 1906 comienza la retransmisión real de la palabra sin hilos a distintos oyentes a la vez desde Massachusetts gracias al invento de Lee de Forest (Frost, 2014:752). Sin embargo, habrían de transcurrir todavía algunos años para que la radio se generalizase: 1920 es el año que Estados Unidos comenzó con una programación estable y regular.

En España hubo que esperar un par de años más para que gozaran del nuevo medio la ciudadanía más solvente y curiosa por los avances científicos (Faus, 2007: 45).

2.1.2. El origen de las emisoras de radio

Los madrugones, el camino a los estudios, en León, en Barcelona... La radio era una fiesta, y hoy continúa siéndolo. Si me quitan las sintonías es como si dejara de respirar. Si se apagaran todas las radios no podrían aguantar los ciudadanos de este país.

(Luis del Olmo, para *El País*, 8/01/2022)

El nacimiento de la radiodifusión en España se puede datar en el mes de septiembre de 1923, cuando Radio Ibérica (EAJ-6), dirigida por los hermanos de la Riva, comienza a emitir en sus instalaciones de Paseo del Rey en Madrid (Salillas, 1989: 24). Ciudades como Madrid, Barcelona, Sevilla o Cádiz tendrán las seis primeras emisoras en 1924, concesiones que irán codificadas con las iniciales EAJ seguidas de un guion y del orden en que se habían repartido las licencias, hasta la llegada de la frecuencia modulada (FM).

Fue un fenómeno urbanita debido a la problemática existente para sobrepasar los límites del entorno metropolitano. En la ciudad se ubicaba el mercado potencial de oyentes, los patrocinadores, las asociaciones de radioyentes, iniciativas empresariales, creadores de contenido y técnicos. En este momento, un periodo de alza económica tras la Primera Guerra Mundial, la radio se convierte en «un verdadero medio de comunicación de masas, sin distinción de niveles sociales, culturales o educativos» (Balsebre, 2002: 30).

Todas las emisoras que autorizó Primo de Rivera con el Reglamento de 1924 aportaron su granito de arena a la historia de este medio de comunicación de masas, pero Unión Radio (EAJ-7) merece un lugar destacado, ya no solo por su pervivencia hasta la SER actual, sino también por su innovadora trayectoria, pues absorbió gran parte de las emisoras coetáneas, ya que contaba con un férreo apoyo financiero del grupo norteamericano de telecomunicaciones al que pertenecía, RCA, así como del

madrileño Banco Urquijo. Asimismo, estaba dirigida por Ricardo Urgoiti, un hombre formado en Europa y Estados Unidos y con una visión empresarial digna de su progenitor, el cual se dedicaba a la industria editorial. Ambos gozaron de exitosas carreras. En el ámbito profesional, Urgoiti fue pionero en concebir la emisora de radio como una factoría de programas, pues en este momento se pensaba que la forma de ganar de dinero estaba exclusivamente en la venta de aparatos receptores (Afuera, 2019: 179).

La creación de programas atractivos para el público atraería a oyentes y clientes necesarios para la financiación publicitaria. Mientras que en 1926 todavía se consideraba la publicidad como un ruido indeseable, Urgoiti contaba con una gran perspectiva al respecto, ya que en 1930 presentó la ponencia de clausura del II Congreso Nacional de Publicidad celebrado en Madrid sobre «La publicidad radiada» (Balsebre, 2002: 149).

Durante los primeros años de la telegrafía sin hilos en España, la programación se basa en música, interpretada principalmente en directo por pequeñas agrupaciones desde la emisora o teatro de conciertos, enlazadas por un locutor que lee la programación del día, noticias culturales y económicas, servicio meteorológico, anuncios oficiales, anuncios publicitarios por palabras, conferencias de 5 a 15 minutos de divulgación cultural o científica y charlas humorísticas y relatos infantiles (Ezcurra, 1974: 41). A partir de 1926, se ofrece un repertorio bastante amplio con expertos de diferentes parcelas del saber, como poesía, toros, cine, literatura, información deportiva, partidos de fútbol, recetas culinarias, divulgación histórica, tertulias humorísticas, el taller de greguerías, charlas femeninas, programas tipo magacín, y otras modalidades.

2.1.3. El negocio

En los años 20 del siglo XX, la radio y la prensa se complementan puesto que la radio favorece un aumento considerable en la venta de prensa del día siguiente. No obstante, durante estos momentos la prensa escrita mantiene una actitud de alerta pues la competición por mantener el primer puesto de relevancia es uno de sus objetivos.

Una década más tarde, con el alzamiento militar del General Franco frente al gobierno republicano democráticamente elegido, España sufre una guerra y la radio sirve como arma de propaganda, ya que las 67 emisoras comerciales en funcionamiento en 1936 son incautadas por Franco, el gobierno de la República o por Falange Española, según la zona dominada por cada combatiente.

Por otro lado, se ha de tener presente que una diacronía de la radiodifusión hispánica ha de incluir necesariamente la evolución de Cadena SER y ocuparse de esta empresa requiere acercarse a su estructura comercial, gestionada por la agencia Publicidad CID. Alguien dijo una vez que los seres humanos respiran oxígeno y publicidad y las siguientes palabras ilustran esta idea:

Publicidad CID no era únicamente un promotor comercial, sino que también intervenía en la definición creativa de los programas [...] establecía en muchas ocasiones el filtro final en la aprobación de los guiones que serían finalmente radiados, en función también del visto bueno del cliente patrocinador (Balsebre II, 2002: 153).

Las directrices que impone la nueva dirección comercial a la estructura productiva de la SER son muy significativas para situarla como primer grupo de radiodifusión del país en los años 40 y pronto son imitados por las otras emisoras. Según Balsebre II (2002: 154), las cinco operaciones más relevantes realizadas por la SER en este periodo son: a) Se propone alargar los programas, hasta la hora incluso la hora y media: hasta la llegada del magacín diario, el promedio era de unos treinta minutos y la exposición ante el micrófono de una misma voz durante un margen temporal más largo favorecía la familiaridad y la empatía; b) Programas patrocinados, es decir, no hay programa si no hay cliente; c) Programas-regalo para incentivar la audiencia; d) Programas con actores o artistas que asisten con frecuencia a los magacines para ser entrevistados y participar en actuaciones o concursos, contribuyendo de esta forma a su popularidad; e) Programas en cadena, gracias a la tecnología procedente de la grabación magnetofónica en cinta.

El futuro de la radio estará muy ligado a la figura de estas voces que llegan a adquirir un enorme protagonismo. A partir de este momento locutores como Luis del Olmo, Iñaki Gabilondo, y otros que siguen en activo en la actualidad como Carlos

Herrera o Ángels Barceló. Algo que se inaugura con la radiodifusión es la gran influencia social que puede llegar a tener este medio de comunicación gracias a la credibilidad de sus grandes comunicadores radiofónicos. Esto puede suponer un problema si alguien arguye que puede favorecer el adoctrinamiento, pero «la diversificación de audiencias también divide las influencias. Cada oyente busca su «doctrina» o sigue a uno u otro profesional según su afinidad ideológica, simpatías u otros atractivos» (Cebrián, 2001:123). Esto también ocurre con los pódcast, ya que se seleccionan según temática, pero también según la voz que los protagoniza.

A Luis del Olmo e Iñaki Gabilondo se les considera los padres de la radio por participar en un proceso de modernización de la radiodifusión, que refleja la transformación social y tecnológica que se estaba llevando a cabo de forma imparable, una modernidad que se ve afectada por la llegada de la televisión a la sociedad española y que un estudio como este no debe omitir, pues en solo 13 años (1960-1973) «adquiere el mismo índice de penetración en los hogares españoles que la radio había obtenido después de más de treinta. No había ninguna duda, pues, de que la televisión tendría un papel fundamental en la redefinición del sistema publicitario y comercial en España» (Bustamante, 2013: 48). Para medir este impacto se crean artefactos como:

La encuesta del EGM [Estudio General de Medios] nace tras el acuerdo suscrito el 24 de abril de 1968 entre las agencias publicitarias y los grandes anunciantes (Nestlé, Gallina Blanca y Coca-Cola) para la realización de un estudio de audiencia que analizase el impacto publicitario (el grado de eficacia de la publicidad) y cuantificara por primera vez en España, de una forma fiable y aceptada por todos, la audiencia de la radio y la televisión (Balsebre II, 2002: 410).

La televisión va ganando terreno a la radio, pero noches como la del frustrado golpe de Estado el 23 de febrero de 1981, en la que la televisión no puede dar cobertura a este hecho noticioso, la radio, y en concreto, la cadena SER, adquiere una de las cotas más altas hasta el momento.

La sociedad también se abre a nuevas modas y la radio es un excelente medio de difusión a mediados de los 60 para la música *pop* extranjera, hasta tal punto que el Ministerio de Información y Turismo interviene para defender la música cantada en

español, favoreciendo que las propias compañías de discos extranjeras patrocinen la edición de canciones cantadas por grupos españoles en su idioma nativo. El éxito de estos programas musicales, que inicialmente supone simplemente el lugar promocional de la industria discográfica, requiere un locutor *disc-jockey* en un contexto político y social de ruptura con las convenciones culturales dominantes, que dispone de un nivel de libertad y creatividad para el desarrollo de su trabajo realmente inédito hasta entonces (Íñigo, 2002: 29).

La radiodifusión musical de la frecuencia modulada (FM) no está presente de una forma activa hasta la segunda mitad de los años 70 (1976-1981), debido a factores como la universalización de receptores de radio en FM, la puesta en marcha de nuevas emisoras en FM (casi 300 en el periodo 1980-1982) y el éxito de «Los 40 Principales» que nace en 1966, dentro de la Cadena SER (Díaz, 1992: 512).

Las cuantiosas ganancias que obtienen las emisoras con la publicidad política tras la muerte de Franco, en el momento del «boom de la radio informativa», permiten que no sea hasta la década de los 80, con las concesiones que nacen con el gobierno de Adolfo Suárez de más de 300 emisoras de FM y la breve crisis que experimenta la publicidad radiofónica con la consolidación de las televisiones privadas en 1990-1993, cuando se avive la relevancia de las encuestas EGM, convirtiéndose en un elemento esencial en la definición del *star-sistem* radiofónico español (Balsebre II, 2002: 419).

2.2. LA RADIO EN INTERNET

La radio perdurará no por la mejora de la técnica sino por [...] establecer una conexión con la audiencia mediante productos que la atraigan o que la repelan, alguien que tenga algo que decirle y emocionarle

(Cebrián, 2001:219)

2.2.1. El nacimiento de la red de redes

La radio es un medio estrechamente vinculado a la tecnología. La recepción, distribución y producción de sus señales requiere de un amplio arsenal de procedimientos electrónicos, mecánicos o informáticos. «Los cambios tecnológicos han reforzado siempre los cambios producidos en el medio: multiplican los servicios de radiodifusión, modifican los hábitos de escucha y favorecen la aparición de nuevas formas de organización y programación» (Martínez-Costa, 1997: 21).

La génesis de Internet hay que buscarla en 1958, cuando la agencia estadounidense ARPA idea un proyecto de carácter militar para compartir información de forma segura dentro de los ordenadores de Defensa, aunque en este plan inicial también entran las universidades cuya finalidad es motivar un intercambio de datos interuniversitario. No obstante, su universalización no llega hasta 1990 con la World Wide Web, que ya presenta una interfaz muy sencilla y la estructuración de la información en hipertexto (Rueda, Galán y Rubio, 2014: 208).

Con respecto a la radio, los sonidos se han convertido en bits y esta digitalización de las señales potencia la diversificación de servicios por diversos medios. Al principio se necesitaban ordenadores de gran capacidad para almacenar grandes cantidades de información. Hoy con la nube esto ya no es un problema. Además, las novedades técnicas modifican las inversiones realizadas en recursos humanos. Se reducen los puestos de operaciones y mantenimiento y se amplían los creativos. En este sentido, se puede decir que la radio necesita profesionales polivalentes (Cebrián, 2001:35).

Desde 1995, hay emisoras que solo emiten en Internet, como es el caso de la emisora holandesa XR Radio. En España, hay cadenas como Ibiza Global Radio o

Radio Planeta Costa del Sol que, en la actualidad, gozan de una accesibilidad total a nivel mundial gracias a las apps o los altavoces inteligentes del tipo Amazon Echo o Google Nest, los cuales invitan a una inmersión total con simples comandos orales. En este sentido, ya en 2017 «Los datos ofrecidos por AIMC e IAB Spain también evidencian la tendencia creciente del empleo de dispositivos móviles sobre otros equipos para acceder al consumo de radio y audio online» (Moreno, Amoedo, Martínez, 2017: 1329).

Con Internet, la radio tradicional logra superar el mayor de sus inconvenientes: la fugacidad del mensaje. Desde que cada individuo puede acceder a sus programas de radio favoritos a cualquier hora gracias a su disponibilidad en Internet y se puede realizar una escucha asincrónica, todos ganan, la emisora, los tertulianos y tertulianas, y las y los oyentes. Además, «la radio por Internet cuenta con la ventaja de que no necesita concesión alguna de frecuencia por parte de ningún gobierno» (Cebrián, 2001:68).

2.2.2. Internet no es un mero canal

El cambio es importante, la radio generalista tiene que salir a buscar a los oyentes en las plataformas que empiezan a imponerse para no dejar de ser un medio próximo y cercano a la audiencia, como hasta ahora

(Martínez, Moreno y Amoedo, 2012: 176)

Internet marca una nueva era, pues supone «el cambio más importante que ha experimentado el medio tras la incorporación de los transistores, la emisión en frecuencia modulada y la estereofonía» (Blasco Gómez, 2017: 54). Este nuevo medio modifica todas las concepciones tradicionales ya que «no es tanto una red de difusión de medios ajenos [...] sino que aporta recursos que modifican sustancialmente a los propios medios» (Cebrián, 2001: 21). No se debe estudiar Internet como un instrumento aislado, pues, aunque se incorpora de forma progresiva, se convierte en el paradigma de la nueva sociedad y como tal demuestra su complejidad (Castells, 2003: 20).

La llegada de Internet afecta a toda la sociedad; no obstante, se discrimina entre nativos digitales e inmigrantes digitales, según la terminología de Marc Prensky (2001). Entre los primeros se ha investigado ya la repercusión de haber nacido con la expansión de Internet y se ha denominado a este colectivo como la Generación Z, aquellos jóvenes nacidos entre 1997 y 2012. Este colectivo se caracteriza por ser el primero en «llevar vidas totalmente digitales. Están conectados al mundo, y uno con el otro, a través de continentes y ciudades, utilizando tecnología que ha sido siempre disponible para ellos» (Doardi, 2021, 29).

Este hecho dista de la cercanía que hay entre las personas jóvenes y la radio, al menos la hablada. Un estudio de 2017 demuestra que los mayores de 35 años optan por un mayor consumo de la radio informativa *offline* (13%) frente a los menores 35 años (5%) (Moreno, Amoedo, Martínez, 2017: 1331). Ya en 2001, Cebrián denunciaba la necesidad de incorporar a las personas jóvenes a la información radiofónica ya que «siguen alejados de la misma hasta la entrada en la treintena de años. Sin embargo, la radio sigue siendo un medio con fuerte atractivo para los jóvenes en programas musicales especializados» (Cebrián, 2001: 23).

Si la radio digital no es capaz de atraer a jóvenes, el podcast sí obtiene unos resultados más positivos en este aspecto, porque «la juventud sigue siendo una gran consumidora de medios de comunicación, pero no como los conciben los adultos sino como ellos quieren, con sus propios objetivos y pautas» (Cebrián, 2001: 24).

Internet abrió la puerta a otras modalidades de consumo musical desvinculadas totalmente de emisiones radiofónicas, sean de pago o gratuitos, tales como Spotify, YouTube, etc. Por lo tanto, «la radio ha perdido la exclusividad de la inmediatez frente a la red, que garantiza una satisfacción inmediata del consumo demandado» (Moreno, Amoedo, Martínez, 2017: 1321). Según la encuesta de AIMC de *Navegantes en la Red* de marzo de 2022⁶ (pág. 150), Spotify es el servicio más utilizado con un 79'6%, seguido de AmazonMusic con un 28 % y el tercer lugar lo ocupa YoutubeMusic con un 23'3%.

⁶<http://download.aimc.es/aimc/v8hrr26/macro2021b/#page=1>

2.2.3. La participación de los oyentes

La audiencia de la radio es la que se dedica a hacer algo mientras escucha. [...] La televisión, Internet, el cine requieren una atención excluyente

(Cebrián, 2001:121)

La radio siempre ha pretendido contar con la colaboración de los oyentes desde sus orígenes y, para ello, ha recurrido a diferentes estrategias ligadas también a las tácticas publicitarias: las asociaciones de oyentes, las consultas telefónicas y por carta, los discos dedicados, entre otras. No obstante, la red aumenta exponencialmente estas posibilidades estableciendo un diálogo tanto directo (aportaciones a través de redes sociales, blogs, etc.) como indirecto (demanda de contenidos y servicios, aportación de nuevos contenidos generados desde la audiencia, etc.).

Este dialogo se constituye como una fuente de información excepcional para las distintas emisoras debido a que, bien analizado, es un recurso de primera mano para conocer a la audiencia y las estadísticas obtenidas pueden enriquecer la producción y el progreso de los contenidos tanto en la red como en la antena. En definitiva, Internet ofrece más oportunidades para entender a la audiencia interactuando con ella y este *feedback* favorece su permanencia:

Los oyentes han dejado de estar en el extremo opuesto de la comunicación para estar en el centro mismo del proceso generando, evaluando y compartiendo contenidos –es interactivo–. El centro de la comunicación radiofónica deja de estar en el soporte de difusión para pivotar sobre el contenido, la marca, la emisora –que lo idea, produce y programa–, y el oyente –que lo demanda, jerarquiza y comparte. (Martínez, Moreno y Amoedo, 2012: 177)

Internet permite que la información permanezca hasta que no sea eliminada concienzudamente. Si se ofrece dos tipos de radiodifusión, se habla de dos tipos de consumo: directo (radio convencional) o indirecto (disponible en Internet). Sin embargo, son más los matices que entran en juego y se utiliza la siguiente terminología, según Blasco (2017: 54): el consumo sincrónico o efímero, caracterizado por la uniformidad tanto en el contenido como en el momento de escucha, y el consumo

asincrónico o perenne, donde el contenido está disponible mediante conexión e incluso es descargable. Estos cambios que parecen naturales y asumidos ya por toda la población han supuesto un hito en la comunicación radiofónica, pues:

De esta forma también cambia la percepción de emisor y receptor. El emisor es el que organiza y crea los contenidos y el receptor el que escucha el producto final. Con la convergencia digital se permite al receptor actuar como productor al posibilitarle la creación de su programación de radio seleccionando aquello que le gusta escuchar tanto nacional como internacional. También se le permite seleccionar el orden en el que lo quiere escuchar, pudiendo pasar así del consumo de una radio generalista a una temática. También se permite al usuario tener infinidad de fuentes de información donde poder comparar y contrastar en un solo momento e instante (Blasco, 2017: 55).

Con la red cobra forma la noción mcluhaniana de aldea global, en la que todos y todas estamos conectados con otros convirtiendo al mundo en una especie de «poblado». Lo cierto es que, aunque nuestros intereses se amplían, porque la red nos ofrece esa posibilidad, «hay tendencia a la globalización, pero simultáneamente a la localización. Hay tendencia a la personalización, pero también a la socialización. No se trata de tendencias contradictorias sino expansivas por ambos lados» (Cebrián, 2001:119).

2.3. EL PÓDCAST

La aportación digital no puede quedarse en una simple continuación de la analógica

(Fernández, 2010: 33)

2.3.1. ¿Qué es un Pódcast?

La primera persona que utilizó el término «pódcast» fue el periodista británico y experto en tecnologías y estrategias posdigitales Ben Hammersley. Lo hizo en un artículo titulado «Audible Revolution», publicado en la edición digital de *The Guardian* en febrero de 2004 (Aguayo, 2015: 59).

Pero, ¿qué significa «pódcast»? El ingeniero informático Gorka Rodrigo⁷ (2005) afirma que su nombre procede de la unión de los términos *pod* y *broadcast*. El primero significa ‘vaina’ o ‘cápsula’ y el segundo, ‘difusión, transmisión’. Por tanto, se trata de la transmisión de un contenido encapsulado. No obstante, hay quien relaciona su génesis con las siglas POD (*portable ondemand*) ‘portátil bajo demanda’ (Gelado, 2007:159). «Podcasting» es una palabra compuesta por el término pod y la aféresis de la voz inglesa *broadcasting*, que significa ‘difusión masiva de contenidos’.

Con estas explicaciones se entiende la etimología de la palabra, pero para explicar a alguien qué es un pódcast, la siguiente definición es más ilustrativa:

Es un archivo de audio digital, normalmente en formato MP3, que cualquier persona puede crear para su posterior colocación en la web, quedando así accesible a todo el público. Es un formato que permite la sindicación de archivos de sonido, con un sistema RSS, que admite suscripción y descarga de forma automática y periódica. El término sindicación significa que no es necesario visitar otra página web individualmente para escuchar el mensaje, ya que la descarga se realiza directamente en el ordenador (Blanco, 2012: 38)

⁷Gorka Rodrigo es un ingeniero informático cofundador de la web podcast-es-org, primer directorio de pódcast en español, actualmente en desuso.

Como curiosidad, cabe decir que el término *pódcast*:

Fue declarado como la «palabra del Año 2005» por los editores del New Oxford American Dictionary según la cadena BBC de noticias, dada la facilidad que tiene cualquier persona que cuente con un dispositivo de grabación y una conexión a Internet, para producir un *pódcast*. Esa conexión a Internet y el imparable aumento de los dispositivos móviles, han impulsado la creciente penetración del fenómeno *pódcast* (*podcasting*) que, desde la perspectiva educativa, debe aprovecharse como recurso idóneo para el aprendizaje (García, 2022: 18).

En este apartado de conceptualización se hace necesario discriminar entre *pódcast* y *podcasting*:

Entendemos por *podcasting* la distribución de contenidos sonoros a través de Internet mediante un proceso automático denominado sindicación web. La clave de este sistema es la incorporación del archivo de audio adjunto en un *feed* –con un determinado formato de sindicación, habitualmente RSS (...) Llamamos *pódcast* al archivo de sonido distribuido mediante *podcasting* o bien a la serie de episodios sonoros distribuidos de forma periódica en un mismo *feed*. El término, por lo tanto, se refiere tanto al contenido como al continente (Sellas, 2009: 177).

Por último, Gelado (2010) señala que el *podcasting* «no es radio», un aspecto fundamental para quien pretenda adentrarse en este mundo y que ha determinado el enfoque de este trabajo, pues aunque las radios convencionales viertan sus emisiones en formato *pódcast* para que esté disponible en su página web o en algún otro canal, lo que Laura Romero y otros autores denominan «espejos» (Romero, 2010: 157), un hecho necesario porque supera uno de los grandes inconvenientes de la radio, es decir, la fugacidad de su mensaje. Pero como sostiene el experto en *pódcast*:

Puede aportar mucho a la radio y también la radio puede aportar mucho al *podcasting* (...) Son formatos diferentes, porque desde el momento que las radios comerciales tienen el objetivo comercial principal, se ciñen a ciertas estructuras, a ciertos tiempos para poder incluir publicidad y

ganar dinero con las emisiones (...) En un pódcast el mensaje es lo realmente importante (Gelado, 2007:201).

2.3.2. La evolución del pódcast

El fenómeno empezó a gestarse en enero de 2001, gracias a David Winer, un programador y bloguer, y Adam Curry, un exlocutor de MTV, cuando añadieron un archivo de audio RSS a su weblog. En ese momento, la posibilidad de difusión era muy limitada y se considera la fecha de septiembre de 2004, como la popularización del fenómeno (Aguayo, 2015: 72), gracias a la celebración del primer encuentro de BloggerCon, en la Universidad de Harvard. En este momento, Adam Curry «presentó un código que había desarrollado para sistemas operativos Apple que automatizaba el traslado de los documentos sonoros recibidos con RadioUserland al reproductor iTunes, a la vez que los podía sincronizar con el dispositivo portátil iPod» (Blanco, 2010: 26).

Estos archivos de audio nacen de aficionados y los medios de comunicación asimilaron algo más tarde su potencial. El desconocimiento inicial por la mayoría de la población repercutía en la imposibilidad de aumentar considerablemente la cantidad de oyentes. No obstante, los creadores de contenido abordaban temática variada y diferenciada incluso del resto de medios convencionales. En este sentido, los pódcast abordan temas concretos, no suelen ser generalistas, y de esta forma consiguen una alta probabilidad de fidelización con su público.

En España, el primer pódcast data de octubre de 2004, producido por José Antonio Gelado abordaba temas tecnológicos, de Internet y juegos. Con aproximadamente 50 minutos semanales y licencia Creative Commons, ofrece la posibilidad de colaborar enviando un archivo en MP3. Al año ya se estaban creando unos doscientos pódcast en nuestro idioma, mientras que en EE. UU se convierte en un auténtico fenómeno de masas con más de 10.000 ejemplares. Los últimos informes son más positivos al respecto:

La evolución del *podcasting* en español no es diferente a la de otros mercados, pero su penetración sí alcanza niveles muy relevantes en los países hispanohablantes. Según la consultora eMarketer (2021), el

español está en camino de convertirse en el segundo idioma universal para el *podcasting*. Entre los 40 países que analiza el proyecto global Digital News Report, España ocupa en 2020 el decimosexto lugar en el consumo de pódcast 41%; México el tercero con un 61%, y entre los mejor clasificados de habla hispana se halla Argentina con un 34% (Terol-Bolinches, Pedrero, Pérez, 2021: 478).

El primer medio convencional que se anima con el *podcasting* es la BBC a finales de 2004 y es un éxito por ser «una opción que da mayor autonomía al usuario que quiere descargar dichos programas» (Blanco, 2012: 28). En ese momento, las emisoras españolas incorporan el *podcasting* como un almacén de programas emitidos disponibles. La primera en hacerlo será la SER, en abril de 2005 y a finales de año, la COPE.

Cuando se revisa la evolución del pódcast ineludiblemente se analiza el avance de la tecnología. En este punto hay que destacar algunos grupos empresariales como Apple, que siempre ha gozado de una posición vanguardista en relación con los pódcast; Blackberry, que lucha por mantener una posición visible en este mercado; Google y Amazon con sus recientes adhesiones al mismo. Estas corporaciones han desarrollado sistemas operativos relacionados con el *podcasting* como iTunes, BlackBerry Podcast Catalog o Google Podcast. En esta nómina de soportes tecnológicos relacionados con nuestro objeto de estudio, no se pueden obviar las aplicaciones que han facilitado tanto el uso de este nuevo universo, como iVoox, Spotify, Podcast & Radio Addict, Podium Podcast, TuneIn Radio, Laughable (centrada en el humor), Audible de Amazon, Podimo, Sybel y Cuounda.

Quien dispone de toda esta tecnología es la o el oyente y, si una característica de la radio de Internet era que la o el receptor decidía dónde, cuándo y cómo escuchaba la emisión, es con el pódcast cuando toda la naturaleza tecnológica se potencia:

El *podcasting* ha permitido al oyente internetiano liberarse de las ataduras de una programación radiofónica (lineal y sincrónica) y acceder a la interactividad al informarse de la aparición de un audio o pódcast mediante la sindicación RSS (Really Simple Syndication), escuchar o copiar la nueva pieza radial a su dispositivo móvil o computador y

escucharla en el momento y lugar que le plazca y cuantas veces considere necesario (Olcese y Vidal, 2013: 8).

En este sentido, se habla de consumidores proactivos o, en la terminología de Toffler (1996), prosumidores, concepto con que el intenta concienciarnos del poder de decisión que tienen las y los oyentes y, por ende, de su participación en el proceso de producción y distribución. Esa capacidad decisoria también ha propiciado ciertos cambios en el mundo publicitario:

Teniendo en cuenta que podemos tanto introducir la publicidad ya sea en los ficheros de audio, como generarla dinámicamente en el propio fichero RSS que crea el pódcast, podríamos hacer publicidad personalizada para cada oyente, algo que es imposible con la radio tradicional. Al poder segmentar a la audiencia de esa manera, la inversión publicitaria sería exageradamente rentable, pues sabes que tu anuncio va a ir al público que deseas y no al general. Por eso, en un futuro, los anunciantes sentirán más confianza en los pódcast, que en las radios tradicionales (Gallego, 2010: 264).

2.4. EL PÓDCAST EN EDUCACIÓN

¿Qué debe saber hacer un Educomunicador? Organizar con autoridad la enseñanza teniendo en cuenta los niveles educativos del alumnado, invitándoles a un aprendizaje autónomo para el que [...] deben saber utilizar correctamente las TIC.

(Rodríguez y Melgarejo, 2012: 147)

La incorporación del podcast como herramienta educativa es una de las aplicaciones más interesantes y fructíferas para los y las estudiantes actuales. Uno de los ejes vertebradores de todos los tiempos en materia educativa es la oralidad y el podcast aún todas las subcompetencias necesarias para desarrollar esta destreza, tanto en su vertiente de comprensión como en la de producción de textos y no solo en la lengua materna, sino en cualquier lengua extranjera.

Ya en 2001 un experto denunciaba que «la omnipresencia de la imagen [...] puede llevarnos a pensar que queda muy poco margen para la riqueza expresiva en el uso de los sonidos» (Quintana, 2001: 97). Sin embargo, invitaba a la comunidad educativa a que enriqueciera los procesos de aprendizaje con las posibilidades que brinda lo auditivo, ya que son superiores de lo que parece a simple vista. Este comunicador animaba tanto a trabajar con la comprensión de textos orales como a la producción de los mismos, y ha estudiado aspectos interesantes de los y las jóvenes en este último aspecto:

Otro elemento importante en este nivel es el reconocimiento y la asunción de la propia voz. Los más pequeños reconocen su voz cuando es reproducida y no sufren, al menos en la misma medida que los niños de niveles superiores y sobre todo los adultos, ese conocido fenómeno de rechazo de un sonido grabado que no consideramos como nuestra propia voz (Quintana, 2001: 100).

En relación con la creación de podcast por parte del estudiantado en niveles no universitarios, hay que subrayar los siguientes beneficios, según Vázquez (2007: 37): mientras que las y los estudiantes realizan un podcast están reforzando la competencia

comunicativa (que incluye la lingüística), a la par que el profesorado obtiene una herramienta de evaluación; cuando el estudiantado afianza capacidades metacognitivas, el profesorado refuerza contenidos clave; mientras que las y los estudiantes poseen un tablón en blanco para la creatividad, el profesorado está fomentando la interdisciplinariedad; cuando el alumnado desarrolla estrategias colaborativas con sus iguales, el profesorado atiende a la diversidad; mientras que las y los discentes son las y los protagonistas de su proceso de aprendizaje, los docentes consiguen una fonoteca multidisciplinar de recursos; cuando el alumnado trabaja la responsabilidad y la autonomía, el profesorado fomenta la competencia de aprender a aprender.

Con respecto a la educación superior, según Solano y Sánchez (2010: 128), el pódcast presenta una serie de ventajas: a) difusión de contenidos que se pueden revisar de forma ilimitada; b) el público es específico y facilita el diseño del contenido; c) distribución regular y periódica gracias a los sistemas de sindicación; d) se informara de las posibles modificaciones que realicen las y los autores (docentes, estudiantes o expertos/as); y, e) diversificación de recursos de enseñanza que fomentan el trabajo autónomo.

En 2007, Apple crea iTunes U, una plataforma colaborativa interuniversitaria utilizando archivos de audio cuya finalidad es permitir descargas gratuitas de clases, conferencias, ponencias y otros contenidos académicos. Lamentablemente, la corporación estadounidense cerró esta aplicación a finales de 2021, tras trece años de actividad.

A continuación, se describe cómo funciona un pódcast en las aulas. En consonancia con ello, de las publicaciones que hay sobre el asunto, que son cuantiosas, se destaca a un grupo de profesores madrileños que ha llevado a cabo un proyecto riguroso dentro de un grupo de segundo curso de ESO, pertenecientes a un Programa de Mejora del Aprendizaje y del Rendimiento (PMAR), y advierte al resto del profesorado que quiera embarcarse en la creación de pódcast con su estudiantado que «el uso de pódcast no puede ser reducido a un texto leído en voz alta, ya que exige por parte de quien lo diseñe un miniguion bien elaborado» (González, Prieto y Baptista, 2022: 189). Otras autoras nos indican que «la Educación puede aprovechar estas posibilidades que posee, siempre teniendo en cuenta que la importancia del medio no

reside en la innovación que presenta el medio en sí, sino en cómo sea insertado curricularmente» (Solano y Sánchez, 2010: 138).

3. LAS RADIOS EDUCATIVAS EN ALMERÍA

Una vez realizadas las entrevistas y transcritas, se ha procedido al análisis de discurso de forma artesanal tal como se señaló en la metodología. Se presentan en este capítulo los principales resultados del análisis de este material. Se ha estructurado en ocho epígrafes en los que se describen las diferentes modalidades analizadas, se examinan los diferentes lugares radiofónicos que se utilizan con las y los jóvenes, o niños y niñas, se revisa qué necesidades previas y qué preparación son consideradas como necesarias para poner en marcha experiencias con esta herramienta didáctica, y se abordan algunos aspectos del modo en que se hace radio escolar, como el papel que debe desempeñar el o la docente, y los aspectos necesarios para hacer un pódcast en dicho contexto. También se analizan las competencias que se adquieren, el papel a desempeñar por la comunidad educativa para el éxito de este recurso y, por último, identificar las plataformas de *podcasting* más utilizadas por estudiantes y educandos/as.

3.1. TIPOS DE RADIOS EDUCATIVAS

En este apartado se presenta el detalle sobre cómo se organizan y funcionan los cuatro tipos de radio educativas estudiadas, cuyo origen, desarrollo y funcionamiento ha sido descrito por las y los informantes entrevistados. Además, se incluye un apartado en el que se identifican tanto los obstáculos como las dificultades más significativos para su implementación.

3.1.1. La radio escolar en Educación Primaria

Empezar con el proyecto de una radio escolar no es una tarea sencilla. Se ha de integrar en una estructura y en una cultura organizativa que ha de aceptarlo y apoyarlo. Es por ello por lo que no es de extrañar que para que un proyecto de estas características se ponga en marcha ha de haber una clara aquiescencia, cuando no implicación, de la directiva del centro. Es más, los discursos de los y las informantes entrevistados reflejan que existe una metodología prescriptiva que viene impulsada por la directiva del centro educativo. Este hecho, cuando se da, favorece la creación de múltiples productos a nivel

de centro y la implicación de todo el claustro independientemente del interés particular de cada uno de sus miembros. Además, este tipo de proyecto se enmarca en el conjunto de iniciativas de innovación docente.

Yo llevo haciendo radio desde que estoy en este centro [CEIP Clara Campoamor], ya que es una actividad anual de centro en colaboración con Radio Candil, la radio municipal (E1, Huércal de Almería).

En mi centro sí porque está impuesto, es una actividad de centro coordinada con otros programas de innovación desde el inicio de curso para no solaparnos (E2, Las Norias de Daza).

El colegio de Huércal de Almería realizaba radio escolar previamente a la incorporación de nuestra informante, es decir, hace más de ocho años. Sin embargo, en Las Norias de Daza fue nuestro entrevistado quien llevó la idea al centro y se lleva realizando radio escolar hace tres cursos.

3.1.2. La radio escolar en Educación Secundaria

En educación secundaria, es más sencillo. La radio escolar se pone en marcha simplemente con el visto bueno de la directiva, no siendo necesaria su implicación. También se puede insertar dentro de las iniciativas de innovación docente, pero nuestro estudio de campo no refleja que esto ocurra en este nivel educativo. Simplemente, esta herramienta se integra tanto dentro de las actividades curriculares como de las complementarias. De hecho, tal como relata el informante E3, el pódcast se incorpora como una herramienta de trabajo más en las actividades de evaluación que programa:

- ¿Elabora al principio de curso una planificación aproximada de los programas que se van a realizar o se trabajan sobre la marcha?
- Sí lo planifico, e incluso ya es sistemático. Los primeros meses son formativos y a partir del tema 3 les ofrezco la opción de evaluación mediante pódcast. (E3, La Mojonera).

En este caso, la radio escolar también fue iniciada por nuestro informante hace tres cursos.

3.1.3. La radio universitaria

La técnico responsable de la radio universitaria Radio UAL, Esther Benavides, una de las informantes entrevistadas, es miembro de la RIU (Radio Internacional

Universitaria⁸) y de ARU (Asociación de Radios Universitarias de España⁹), por tanto, tiene una perspectiva muy amplia y contrastada de cómo se puede utilizar el pódcast o la radio como herramientas educativas. La informante sostiene que en Iberoamérica la radio es una herramienta ciertamente relevante y esa grandeza repercute cuantitativamente en el presupuesto, así como en la apuesta social por el medio. Sin embargo, en España la radio universitaria es un ente más modesto y no todas las universidades cuentan con este medio de comunicación. La Radio de la Universidad de Almería está asentada y reconocida por toda la comunidad universitaria si bien, entiende la informante, aún queda mucho por explorar y desarrollar tal como se afirma a continuación:

- ¿Crees que la comunidad universitaria está interesada en las posibilidades que ofrece la radio?

- Sí, pero queda mucho por explorar. El interés ha aumentado ahora con el auge de los pódcast. Nosotros ya lo advertíamos en 2013 que pasaría aquí como en EE.UU.

- ¿Qué colectivo universitario hace más uso de la radio?

- El profesorado, el PAS, la biblioteca y deportes han tenido programa, pero falta más presencia. La gente está todavía muy preocupada por cuánta audiencia tenemos, etc. Nosotros no vamos a realizar un estudio de medios porque vale carísimo, pero es evidente que hay un impacto objetivo que se debe seguir explotando.

-¿Participas con otros colectivos fuera de la UAL?

- Sí, son colectivos que tienen que tener alguna vinculación con la universidad, se trata de una condición indispensable del tipo que sea, Antiguos Alumnos, Formación Continua, elaboración de un proyecto, investigación, etc. (E4, Universidad de Almería).

Por tanto, tal como se deduce de este fragmento de entrevista, la radio universitaria en la Universidad de Almería cuenta con una red amplia y diversa de participantes y colaboradores, si bien sería necesario realizar un estudio de audiencia para conocer el impacto real en el día a día de la misma. Este canal fue iniciado por nuestra informante hace trece años, en 2009.

⁸ RIU: <https://radiosriu.org/>

⁹ ARU: <http://www.asociacionderadiosuniversitarias.es/>

3.1.4. La Radio Comunitaria de Ítaca

La experiencia de la radio comunitaria que se ha explorado aquí tiene lugar en una barriada desfavorecida y con población muy vulnerable, El Puche (Almería). Esta barriada está catalogada por la Junta de Andalucía como *Zona con Necesidad de Transformación Social* (Junta de Andalucía, 2016). El entrevistado, que trabaja y es miembro fundador de la Asociación Ítaca, utiliza la radio de una forma más parecida a la radio convencional, en la que las y los jóvenes suelen participar de forma más espontánea aportando su opinión, discutiendo y consensuando sobre cómo enfocar los diferentes temas.

- La radio es una herramienta que yo he usado mucho hasta la pandemia. Con estos jóvenes es muy útil porque les obliga a tomar acuerdos, establecer temas, requiere tener unos conocimientos mínimos sobre los temas, sobre los componentes informáticos que utilizamos, pone encima de la mesa el verbo *discutir* sin que conlleve connotaciones negativas, etc. Yo estoy firmemente convencido de que la discusión debe ser un intercambio de opiniones saludable con una finalidad constructiva y de entendimiento que obligue a defender tu punto de vista. De esta forma, las sinergias que se generan son muy positivas o deben serlo y por eso hemos utilizado radio y podcast. A veces, incluso, nos quedábamos debatiendo sin grabar. En fin, si no hubiera llegado la pandemia, estoy seguro de que estaríamos hablando de la primera radio comunitaria establecida en el barrio. Una vez que se establecen las pautas iniciales, las habilidades técnicas, es mucho más fácil que surjan temas de interés de forma significativa.

- ¿Qué es lo último que habéis grabado?

- Tuvieron mucho éxito los programas que hicimos en distintas cafeterías de Almería con jóvenes de la capital, iniciativa que frenó la pandemia. Después, solo hemos grabado unos microrrelatos o pequeñas narraciones de su vida cotidiana, pero esto último no está publicado en ninguna parte todavía, esperamos que pueda estarlo antes del verano.

- Los programas de radio que he escuchado presentan a jóvenes de la ciudad de Almería expresando sus inquietudes en diferentes cafeterías. ¿Cómo surge esta iniciativa?

- Esta iniciativa está vinculada a Alejandro Galindo, de otra asociación infantil. La idea era que se escuchara a jóvenes de todas las barriadas de la capital de Almería, ni todos del Paseo de Almería, ni todos de El Puche, sino que hubiera una representación lo más plural posible y así fue. Estuvimos en el Hotel Torreluz, en el

restaurante Catamarán, en la cafetería Dulce Alianza... La intención era que trasladaran su percepción de la ciudad, qué mejoras harían ellos, qué creían que faltaba y salían cosas muy curiosas.

- ¿Has pensado alguna vez en el formato debate entre jóvenes?

- Sí, pero a mi juicio eran demasiado preparados. Lo más interesante es cuando se salían del tema, radiofónicamente hablando. También es cierto que educativamente, lo más interesante de participar en debates es su preparación que es donde se aprende muchísimo. También se aprende a hablar, porque hay que elaborar un mensaje contundente en un tiempo determinado (E5, Ítaca).

Tal como se desgrana de este fragmento de entrevista, el informante E5 recomienda encarecidamente el uso de la radio con los y las jóvenes y advierte de que no es tan importante grabar u obtener un buen resultado, sino todas las competencias que se trabajan en el proceso. Además, encuentra mucha utilidad al uso de esta herramienta en el barrio, como radio comunitaria, la cual comenzó en 2018 con la fundación de la asociación.

3.1.5. Elementos facilitadores para implantar una radio educativa

Los y las informantes a partir de sus experiencias particulares han aportado datos significativos en relación con los elementos que facilitan, o al revés que obstaculizan, el desarrollo de una radio educativa. Son aspectos importantes en tanto que las programaciones docentes se realizan generalmente con anticipación y el trabajo motivador en radio, con una fuerte implicación del estudiantado, está relacionado con la forma pero también con el contenido de las temáticas trabajadas en el pódcast. De hecho, el que puedan o no elegir la temática a tratar condiciona mucho su motivación, como se verá a continuación.

En educación Primaria, por ejemplo, se ha comprobado que es muy difícil establecer un eje temático para todos los niveles pues en cada edad se ha de seguir una estrategia educativa diferente. Por lo tanto, contribuye al éxito de dicha experiencia el que el diseño del trabajo a realizar se ajuste a cada grupo de edad y a sus intereses, que se trabaje el tema sobre el que va a girar el pódcast previamente con el estudiantado y que esta temática, en la medida de lo posible sea de su interés o tengan con ella cierta familiaridad.

Durante los primeros años tuvimos un eje temático en torno al cual giraban todas las iniciativas radiofónicas elaboradas por el estudiantado. Más tarde, nos hemos dado cuenta de que es difícil encajar dicha temática con lo que el alumnado estaba viendo en cada momento. Puede que en cursos superiores funcione, pero en Infantil lo más accesible es que en la radio hablen de lo que han trabajado previamente y que el pódcast sea la actividad final, porque si pretendes que los niños hablen de algo y que ellos mismo creen el guion, debe ser sobre lo que ellos estén viendo. De esta forma el guion sale de forma automática, preguntándoles ¿Qué queréis contar? El tema va fluyendo (E1, Huércal de Almería).

Otro elemento importante para llevar a cabo el trabajo educativo con la herramienta radio o pódcast es el que el resto del profesorado se implique en la propuesta. No obstante, aun existiendo motivación, la movilidad del profesorado no permanente dificulta la consolidación de equipos que conozcan cómo se desarrolla el trabajo educativo con la radio. Se ha de invertir tiempo y energías para adquirir conocimientos de cómo funciona la radio, cómo se hace un pódcast, diseñar la forma de trabajo, comprobar qué funciona mejor, lo que hay que intentar hacer de otro modo, etc. Es por ello por lo que poner en marcha una intervención educativa de estas características tiene sentido para los y las entrevistadas siempre y cuando tenga posibilidad de mantener cierta continuidad en el trabajo en cursos sucesivos.

De hecho, uno de los problemas que se plantea es que la implicación del resto del profesorado tiende a limitarse debido a la movilidad anual de los y las integrantes de los claustros. Por lo tanto, una mayor estabilidad del profesorado tiene consecuencias muy positivas sobre la continuidad y consolidación de un proyecto educativo con radio/pódcast.

-¿Es fácil involucrar al resto del profesorado?
- Bueno, debería ser más fácil, pero no son tan abiertos al tema como me gustaría, ya que no participa ni el 25% del claustro y otro tema que lo dificulta es la movilidad anual del profesorado (E3, La Mojonera).

Otro elemento que facilita el que poner en marcha un proyecto de radio termine llegando a buen puerto es el que se estimule al profesorado a ser creativo y abierto a nuevas experiencias. Por lo tanto, hay que romper con la inercia de la forma de trabajar habitual, que es lo que esperan tanto docentes como estudiantes. Se ha de realizar un esfuerzo adicional para motivar e implicar a los y las estudiantes; no obstante, se trata de un esfuerzo que se verá compensado por el aprendizaje significativo que proporciona:

Creo que lo más difícil es el tiempo que hay que invertir al principio, porque puede parecer que se pierde el tiempo, pero solo lo parece. ¿Por qué lo parece? Porque estamos acostumbrados a un sistema tradicional de explicación y examen, que cuando intentamos cambiarlo a producir algo, como un pódcast, el proceso no es instantáneo y requiere de una implicación de todos los afectados, docentes y estudiantes. Yo estoy convencida de que los resultados son satisfactorios, se consigue un aprendizaje significativo y duradero en el tiempo. Es la metodología de aprender haciendo (E4, UAL).

3.2. MATERIALIDAD DEL ESPACIO RADIOFÓNICO

En el análisis de los discursos, se ha identificado que los aspectos materiales para poder proceder a la grabación así como la edición de los pódcast son centrales. Es decir, no basta con la motivación, la buena voluntad y el apoyo del entorno laboral, es necesario contar con un contexto material que favorezca la implementación y el desarrollo de una radio educativa. No se trata de requerimientos muy exigentes pero los tiene esta herramienta, como todas las herramientas educativas en general. Con requerimientos o aspectos materiales nos referimos sobre todo los elementos espaciales y temporales. El espacio en el que se hace radio tiene mucha relevancia; de hecho, es necesario que se den pocas, pero imprescindibles, condiciones para su desarrollo. Es por ello por lo que se ha establecido un apartado específico para describir dichos requerimientos. Este epígrafe aborda, pues, cómo se organizan los espacios y los tiempos en la radio educativa y para describirlo se ha dividido en cuatro subepígrafes: un espacio externo; un espacio propio; las dificultades existentes para su creación; y el tiempo o momento de la grabación, o mejor dicho, cómo se usa ese espacio radiofónico.

3.2.1. Un espacio radiofónico externo

Tener un lugar preparado para hacer radio favorece, pero no es imprescindible para poner en marcha un proyecto de radio educativa. De hecho, no todos los centros educativos de los que nos han contado su experiencia los y las entrevistadas disponen de un espacio radiofónico propio. No obstante, este aspecto no les ha frenado ni limitado considerablemente para llevar a cabo esta actividad dentro del centro educativo o barrio. Es más, a veces, como ocurre con Candil Radio, una radio municipal que abre sus

puertas a los centros educativos, se facilita la colaboración del entorno del colegio con los recursos con que cuenta el municipio.

El proyecto de radio se realiza en colaboración con la radio municipal [Candil Radio] y es allí donde grabamos el episodio que cada grupo-clase prepara. El alumnado se motiva mucho porque es una salida del centro y acceder a una radio de verdad les gusta mucho (E1, Huércal de Almería).

Contar con una radio fuera del espacio educativo habitual, y más si se trata de un espacio radiofónico preparado de forma casi profesional resulta muy estimulante para los y las estudiantes, se trate de estudiantes de educación infantil o se trate de estudiantes universitarios.

3.2.2. Un espacio radiofónico propio

Tener un espacio propio para desarrollar el proyecto educativo de radio invita a consolidar y fijar el proyecto en el tiempo, a que se vaya construyendo como una referencia también espacial, a su consolidación, en suma. Esto es lo que se ha podido deducir de las diferentes entrevistas realizadas.

Excepto el proyecto de radio del colegio de Huércal de Almería del que se ha dado cuenta en el epígrafe anterior, todos los demás centros educativos de que nos han contado su funcionamiento los y las informantes, sí cuentan con un espacio diferenciado aunque no siempre reúna las mejores condiciones. El colegio de Las Norias, por ejemplo, cuenta con espacio amplio, luminoso y agradable¹⁰, si bien se trata de un espacio compartido con las y los docentes de apoyo educativo. En La Mojonera, sin embargo, cuentan con un espacio que si bien es más reducido, está insonorizado y es exclusivo para realizar esta actividad.

- ¿Tenéis un espacio físico en el centro para grabar?

- Sí, es un aula, más pequeña que las ordinarias, pero bastante amplia, ya que cuenta con varias mesas e incluso la PT¹¹ trabaja allí con algunos niños (en unas mesas

¹⁰ Véase en línea Radio del CEIP Mirasierra: <https://www.youtube.com/watch?v=MjkObpKbvRw>

¹¹PT significa Pedagogía Terapéutica. Alude al maestro o maestra de educación especial, también como MAI, maestro o maestra de apoyo a la inclusión o MAE, maestro/a del aula específica, dependiendo del alumnado que se atienda. Fuente: <http://maestraespecialpt.com/>(Consultado el 4 de julio de 2022).

aparte, no en la misma mesa de grabación). La mesa de grabación está constituida por tres mesas docentes, que son grandes, con sus sillas y luego hay otras tres mesas iguales para atender a los niños que trata el docente PT. Es decir, que es un espacio grande, agradable, espacioso, con armarios, etc. Aunque me gustaría tener un aula más pequeña que se dedicara en exclusiva a hacer radio, que se insonorizara y demás. (E2, Las Norias de Daza).

Figura 1. Radio Mirasierra

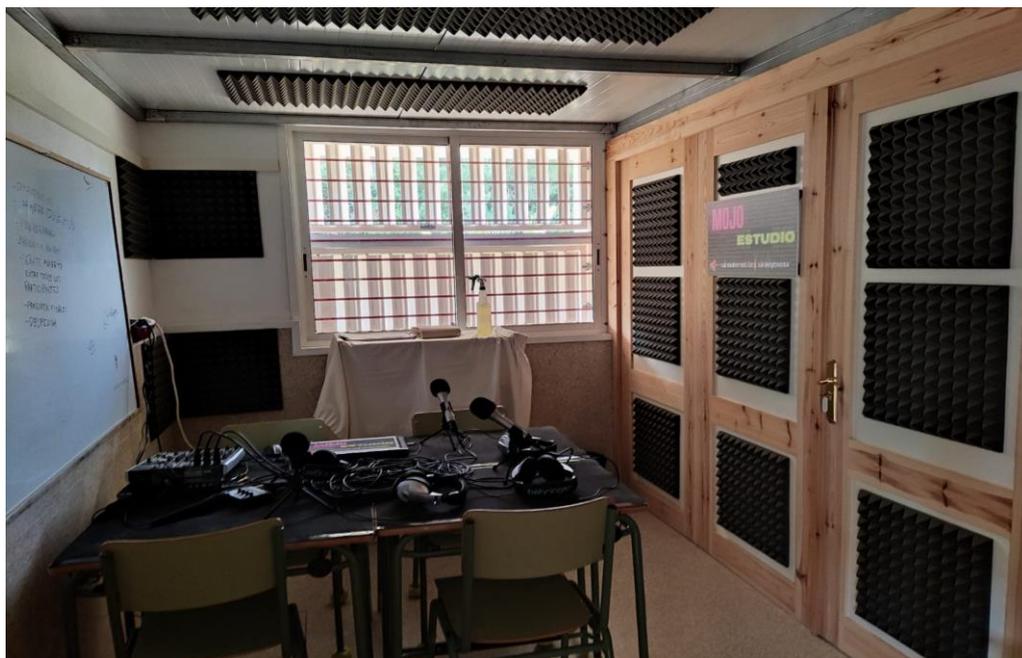


Fuente: YouTube¹²

-¿Tenéis un espacio físico en el centro para grabar?
- Sí, tenemos un espacio pequeño pero suficiente e insonorizado (E3, La Mojonera).

¹² Fuente de la imagen: https://www.youtube.com/watch?v=3Sj7_IN-XDk&t=116s

Figura 2. Radio IES La Mojonera



Fuente: Imagen facilitada por E3

La radio universitaria de la UAL también cuenta con un espacio propio, pequeño, pero bien preparado. No ocurre lo mismo con la radio comunitaria, pues por el momento no se ha podido crear un espacio propio para la radio, aunque se tiene la intención de desarrollar más el proyecto, de hecho tienen los instrumentos necesarios para poder construir la instalación completa del estudio radiofónico.

- ¿Tenéis un espacio físico en la asociación para grabar?
- No, queremos construirlo, porque tenemos todos los instrumentos necesarios (mesa de mezclas, micros, cascos, regulador...), pero lo tenemos guardado. Es interesante tener un espacio físico para ello porque da mucho juego que esté ya preparado (E5, Ítaca).

Contar pues con un espacio preparado facilitaría mucho el trabajo de grabación y edición y ayudaría a consolidar el proyecto educativo.

Figura 3. Grabación de pódcast con estudiante de Grado



Fuente: Imagen facilitada por responsable del Grupo de Innovación docente El pódcast como herramienta para la multimodalidad

3.2.3. Recursos necesarios para su creación

Para poner en marcha un proyecto educativo de radio es importante, pues, generar un espacio físico en el que puedan tener lugar los momentos de grabación y edición. Sin embargo, los colegios, institutos y universidades no cuentan con partidas económicas específicas para destinar a este cometido. En este sentido, cuando hay interés por parte de al menos un profesor o profesora de poner en marcha un proyecto de estas características se acaba consiguiendo, pero de forma lenta y progresiva, generalmente buscando fondos a partir de restos de otras partidas presupuestarias y, por tanto, requiere de cierta ingeniería financiera y de reciclaje.

- una parte fue con el presupuesto del centro, como material inventariable, como ocurrió con la mesa de mezclas; otras cosas se compraron con IMPULSA¹³, como los auriculares (E2, Las Norias de Daza).

¹³ El Programa IMPULSA de la Junta de Andalucía se concibe como un conjunto de actuaciones dirigidas a mejorar la formación del profesorado, así como el grado de adquisición de las competencias clave y la motivación del alumnado en riesgo de abandono escolar. Todas las actuaciones se desarrollarán a través de experiencias innovadoras, activas y experimentales que promuevan el saber hacer del alumnado

- Poco a poco con diferentes partidas del centro, recopilando ordenadores desfasados que solo podían acoger una determinada versión del Audacity; en otra partida pudimos colar los auriculares, el aula se la tomamos a los de ATAL¹⁴, en la siguiente partida queremos conseguir el cuarto micrófono... (E3, La Mojonera).

Una vez más, es la motivación y el interés que pone el profesorado en los centros educativos el principal elemento dinamizador para buscar y encontrar recursos que permitan poner en marcha una radio educativa.

3.2.4. El momento de la grabación

Organizar las grabaciones cuando ya se cuenta con un espacio para grabar sigue siendo una parte del proceso de *podcasting* con cierta complejidad, sobre todo en los niveles educativos no universitarios, ya que generalmente hay que organizar grupos de alrededor de veinticinco o treinta estudiantes que solo cuentan con un docente como responsable del grupo. Para la grabación, lo ideal es hacerla de forma independiente con grupos pequeños, 4-5 miembros máximo, de modo que habría que solicitar ayuda de algún o alguna otra docente o bien realizar poco a poco las grabaciones en un momento que no sea en el marco de la clase lectiva. Por lo tanto, es difícil grabar en estas circunstancias aun teniendo un espacio disponible. Se han de buscar los momentos restando tiempo de ocio y descanso a estudiantes y profesores /as que llevan a cabo estas iniciativas. Si se graba en un lugar externo, en cambio, se facilita este acto porque se implican más personas adultas en el momento de grabación.

Así, una forma de solucionar este problema es que tanto los y las docentes que participan en este proyecto educativo como las y los estudiantes tengan que renunciar a su tiempo de descanso. Así por ejemplo, en Las Norias de Daza están grabando en los recreos.

Nos organizamos de la siguiente manera: grabamos los miércoles, jueves y viernes durante el recreo, aunque realmente son 10 minutos de grabación porque entre que salen de clase, llegan y nos situamos, se ha pasado el tiempo. Por tanto, 3 días de

partiendo de sus conocimientos y fomentando actitudes como la autonomía, la responsabilidad, el respeto, el trabajo en equipo, la igualdad de género y la atención a la diversidad, en especial al alumnado con necesidades específicas de apoyo educativo (NEAE). Fuente: <https://portals.ced.junta-andalucia.es/educacion/portals/web/ced/programa-impulsa> [Consultado el 27 de junio de 2022].

¹⁴ ATAL: Aulas Temporales de Adaptación Lingüística

grabación a 10 minutos diarios, conseguimos una media de 30 minutos brutos de grabación. Después de editar y limpiar el programa (lunes y martes), quedan útiles 10 o 15 minutos reales. El producto definitivo se emite por la megafonía del colegio el viernes de la semana siguiente y por la radio municipal de El Ejido. (E2, Las Norias de Daza).

Sin embargo, esta estrategia no funciona en educación secundaria. De hecho, en el instituto, ocupar los recreos para grabar no parece ser un sistema factible o, al menos, que pueda llegar a ser motivador para un estudiantado adolescente.

- ¿Cómo os organizáis para grabar?

-: Tenemos tres formas estandarizadas: 1) Reservamos la radio en el cuadrante, con el problema de que aquí solo caben 4 personas; 2) Si somos más personas, podemos llevarnos los micros al aula y grabar con las tabletas. Tenemos unos conos que nos ayudan a centrar el sonido; 3) Como última opción, ellos pueden grabar en sus casas y envían el sonido. (E3, La Mojonera).

Por tanto, este es otro elemento central para poder implantar una radio educativa: se han de generar no solo los espacios preparados (y ello implica conseguir la financiación para poder preparar las instalaciones, así como tener un espacio para preparar los materiales, tales como hacer las escaletas, los ensayos), sino también los tiempos y el profesorado suficiente con el que se puedan organizar las grabaciones de los programas.

3.3. FORMACIÓN PREVIA

Los cinco informantes coinciden en que lo mejor para aprender esta herramienta es hacer pódcast: «Puedes hacer un curso de 1000 horas que si tú luego no haces un pódcast...» (E5, Ítaca). Es decir, se aprende a hacer haciendo. Además, han destacado que hay muchísimos tutoriales disponibles en Internet, que además el software disponible es bastante intuitivo, pero que si surgen problemas lo mejor es trabajar con personas que ya sepan cómo funciona, que alguien cuente con experiencia en realizar pódcast. En cualquier caso, es recomendable que si se realiza formación sea o bien antes o bien de forma simultánea a la realización de *podcasting*.

En este extracto de entrevista se muestra cómo se puede aprender de forma autónoma:

- ¿Es necesario tener una formación especializada para hacer este tipo de radio?
- Si la tienes, mucho mejor, pero realmente no es necesario. Es necesaria la inquietud y con inquietud se pueden obtener productos decentes con cualquier medio (móviles, tabletas, etc.)
- ¿Cómo aprendió usted?
- De forma autodidacta, haciendo radio con el alumnado. (E3, La Mojonera).

Esta modalidad de aprendizaje por cuenta propia, tal como señala el verbatim que se cita a continuación, tiene mucho que ver con el interés por el tema así como las ganas de poner en marcha una experiencia de este tipo. Ante las dudas, siempre es posible resolver cualquier aspecto navegando en Internet.

- ¿Es necesario tener una formación especializada para hacer este tipo de radio?
- Es más necesaria la motivación porque la parte más compleja es la edición y hay cientos de tutoriales en YouTube, que al final es como saber utilizar cualquier electrodoméstico. (E2, Las Norias de Daza)

Si bien es cierto que el informante E2 fue anteriormente locutor de radio, este docente de Primaria considera que cualquier docente con ganas puede poner en marcha un proyecto de este tipo. De hecho, anima constantemente al resto de compañeros y compañeras de profesión que utilicen esta herramienta educativa con el alumnado, pues considera que implica muchísimos aspectos positivos y motivadores; y, ante las posibles dificultades, una vez trabajando en ello, si se presentan dudas sobre el proceso de *podcasting*, que se podrán resolver buscando información en Internet o YouTube.

- ¿Es necesario disponer de formación para hacer radio?
- Yo he aprendido sobre la marcha pero es recomendable hacer algo, aunque sea participar con alguien durante el proceso y así ver el proceso previo que es muy importante el desarrollo (E1, Huércal de Almería).

Obviamente, si se tiene la oportunidad de empezar el *podcasting* de la mano de algún compañero o compañera experimentada sería lo mejor, porque el proceso de crecimiento podría ser ilimitado para todos los miembros implicados. El informante considera que esto sería factible y no conllevaría complicaciones ni sacrificios si se pudiera establecer una coordinación por niveles educativos, como existe en Primaria.

- ¿Es necesario disponer de formación para hacer radio?

- No, es necesario adquirirla haciendo radio. Es como si en deporte solo se pudiera apuntar el que tiene físico, pues no, es necesario el entrenamiento.

- ¿Cualquiera se puede dedicar a la radio?

- Sí, indudablemente, aprendiendo se puede dedicar todo el que quiera. (E4, Radio UAL).

La informante E4 se muestra muy positiva al respecto y anima a toda la comunidad educativa al uso de la radio, sea cual sea su nivel de instrucción.

3.4. MODOS DE HACER

Si algo preocupa a las personas implicadas en el *podcasting* educativo es cómo llevarlo a cabo en los diferentes ámbitos en los que trabajan para lograr que se produzca un proceso de enseñanza-aprendizaje efectivo. Para adentrarse en estas cuestiones, este epígrafe se estructura en tres partes: la utilidad del pódcast durante la pandemia; el papel que debe adoptar el profesorado; y en qué medida es o no necesario utilizar la escaleta con todos los elementos que la componen en la elaboración del pódcast.

3.4.1. Un recurso en tiempo de crisis

La llegada de la COVID-19 frenó iniciativas como la radio comunitaria que impulsó la Asociación Ítaca, que estaba funcionando muy bien, de forma muy dinámica y activa, y que a consecuencia de los confinamientos y de las medidas de distancia social se paralizó por completo. Sin embargo, en otro tipo de entornos educativos en los que se ha contado con el impulso de esta forma de innovación educativa, como ocurre en los colegios en que trabajan los informantes E1 y E2, el proyecto de la radio era anterior a esta crisis y, tras el confinamiento inicial, retomó su actividad. Además, como se ha subrayado en el apartado teórico, durante el confinamiento la radio ha sido un medio fundamental para mantener la actividad docente.

3.4.2. El rol docente

Si se decide utilizar el pódcast con las niñas y niños, así como con jóvenes, es porque una parte de la comunidad educativa está dispuesta a ello. Para ello, el profesorado no debe limitarse a exigir un producto en forma de pódcast al alumnado y evaluarlo. Debe acompañar el proceso, sirviendo de apoyo y guía. Los informantes señalan que en los grupos que están iniciándose, “más novatos”, sería recomendable que se escucharan algunos pódcast paradigmáticos, de calidad, que aporten ideas sobre cómo funciona para que se familiarizaran con la herramienta.

Los informantes han destacado el papel de los y las docentes en el desarrollo del pódcast, que han de acompañar activamente el proceso, evitando dejar a las y los estudiantes solos en el trabajo de preparación, y en el conjunto del proceso. De hecho, requiere de mucha organización para poder llegar a buen puerto, que como se ha señalado más arriba no es tanto llegar a tener un producto cerrado excelente, sino que se desarrolle un proceso de enseñanza-aprendizaje significativo con un gran protagonismo del estudiantado. Es importante que tengan mucha libertad para poder ser creativos y a la par que el proceso esté estructurado. Por tanto, es necesario un diseño inicial del plan de trabajo, y una supervisión del proceso.

Yo los distribuyo en equipos y les asigno una temática, entonces cada grupo es el encargado de hablar de un tema. Por ejemplo, los superhéroes, y cada grupo habla de su superhéroe favorito. Cuando los superviso, los voy motivando y preguntando ¿qué quieres contar sobre esto? Y lo redacto más formal. Pero ellos eligen el contenido, lo que quieren decir, así no les cuesta tanto recordar lo que tienen que decir. Yo les ayudo a enlazar frases, a mejorar el texto y les aconsejo que digan la verdad. Pero con esas directrices la escaleta sale sola (E1, Huércal de Almería).

Esta forma de trabajar el contenido del pódcast es una forma fabulosa de mejorar paralelamente su competencia comunicativa, como subraya el siguiente informante, para quien la técnica y el resultado final no deben estar entre las prioridades del profesorado:

Nuestra prioridad no tiene que ser la técnica, lo principal tiene que ser mejorar la CCL y el resto de habilidades que se mejoran, lo demás ya mejorará. Si al principio hay que empezar con un móvil, que nadie se desanime (E2, Las Norias de Daza).

Otro informante insiste en que las leyes educativas requieren a los y las docentes el uso de metodologías activas, recomendaciones en las que el pódcast encaja a la

perfección. Sin embargo, denuncia que el profesorado no acoge estas propuestas metodológicas de buena gana:

Lo ideal sería que todo el profesorado se tomara las metodologías activas como algo imprescindible, no como algo impuesto (E3, La Mojonera).

La crítica a este sentido de obligación puede leerse en las palabras de otro informante, que frente a ello, considera fundamental la actitud del y la docente cuando proponga la actividad, pues entiende que si lo propone con desgana, el estudiantado lo percibirá en ese tono y probablemente realizará productos que reflejan de algún modo la falta de entusiasmo que haya en la propuesta, ya que el entusiasmo, o su falta, se contagia.

En este tipo de cosas es fundamental el dinamizador. Si sabe enganchar, el tema fluirá. Si eres el primero en responder con apatía, la respuesta será apática. El dinamizador es una pieza clave. [...] No porque llegues con un micro los chavales se van a motivar y los docentes van a recibir a un Carlos Herrera o una Ángels Barceló de repente. Hay que ser parte activa de esa radio, no solo el técnico (E5, Ítaca).

3.4.3. El uso de la escaleta

El uso de la escaleta no se encuentra generalizado en ninguno de los niveles educativos investigados. La mayoría de las y los informantes lo han considerado innecesario y trabajan con textos similares al texto dramático o simulan una escaleta que prescinde del minutaje. Sin embargo, en algunos casos, sí realizan dinámicas con el objetivo de introducirles en el mundo de la radio:

Para que conozcan su existencia y su finalidad (E1, Huércal de Almería).

Pese a que no hagan uso de la escaleta, la mayoría de las y los estudiantes seleccionan los sonidos, efectos y canciones que aparecen en sus productos radiofónicos, excepto en el colegio de Huércal de Almería, donde los selecciona la misma radio municipal.

Por tanto, los aspectos más técnicos de la elaboración de un programa de radio o de un pódcast son relativamente secundarios, se utiliza aquello que facilita el trabajo de enseñanza-aprendizajes significativo.

3.5. ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS

Son dos las competencias que los informantes entrevistados han destacado de forma mayoritaria que el trabajo con el pódcast proporciona: la competencia comunicativa (CCL) y la social y cívica (CSC), según la clasificación que propone la Orden ECD/65/2015 (BOE núm. 25, de 29 de enero de 2015).

3.5.1. Mejora de la competencia comunicativa

Todos los informantes coinciden en subrayar el enriquecimiento de las competencias de comunicación tanto a nivel escrito como oral, ya que el estudiantado tiene que planificar por escrito lo que posteriormente recitará de forma oral, proceso que les obliga a reflexionar mucho sobre su forma de elaborar el discurso.

Cuando llegué al centro pensé que sería una forma excelente de mejorar su CCL, oralidad, debate y lectura. [E2, Las Norias de Daza]

Además, también se trabajan valores propios del espíritu democrático, valores que han de fomentarse desde edades tempranas y que se muestran también en el modo cómo nos expresamos y las formas de discutir desde diferentes perspectivas y/o con diferentes criterios, siempre con un respeto por el otro o la otra:

A nivel curricular aprenden muchísimo: a condensar la información, a buscar palabras clave, a nivel de oratoria, habilidades, saber escuchar que es tan importante, saber hablar, valores también te enseña, saber defender tu idea, porque no por gritar vas a tener razón. Es un proyecto integrador que desarrolla muchísimas competencias de una forma autónoma (E5, Ítaca).

3.5.2. Mejora de la competencia social y cívica (convivencia)

Los y las informantes coinciden en observar una mejora significativa de las habilidades sociales al trabajar con esta herramienta educativa, ya que la radio requiere del trabajo en equipo y, por tanto, fomenta valores tales como la integración, la empatía y la asertividad.

La radio no solo mejora la CCL, sino que con ella se trabajan los contenidos y mejora la convivencia en el centro, porque la radio es integradora y se tienen que poner de acuerdo. Hay alumnos que llegan a mitad del trimestre desconociendo incluso el idioma y la radio facilita su integración. (E3, Las Norias de Daza)

El hecho de tener que trabajar por equipos determinados temas obliga a que tengan que ponerse de acuerdo y que no trabajen de forma individual, con todos los beneficios que conlleva el saber y poder trabajar en equipo, no solo para su etapa educativa, sino para el resto de su vida.

La radio provoca debates locales sobre el estado del barrio. A ellos les encanta que les demos voz y que les hagamos preguntas del tipo ¿cómo ves tú el barrio? De esta forma, empiezan a concienciarse y son ellos los que proponen temas que les atraen para hacer programas. Es una forma interesante de que dejen de estar en la calle haciendo nada (E5, Ítaca).

En el ámbito vecinal, los y las jóvenes son capaces de involucrarse en temas relevantes y significativos para toda la sociedad. Además, en barrios desfavorecidos, si se consigue que se involucren, estarán alejados de otras actividades menos provechosas.

3.6. ESTIMULAR A LA COMUNIDAD EDUCATIVA

Con el objetivo de conseguir un proceso efectivo de enseñanza-aprendizaje con esta herramienta didáctica de metodología activa, es recomendable que el esfuerzo de los miembros implicados sea recompensado. Para ello, hay tres formas interesantes de favorecerlo: la estimulación del profesorado, del estudiantado y, de forma específica, un programa piloto que se ha destacado en el apartado de aprendizaje entre iguales.

3.6.1. Incentivar al profesorado

Si la intención es movilizar a los y las docentes para que utilicen metodologías activas y, en concreto, recurran a la utilización del pódcast, parece necesario que el profesorado reciba algún estímulo para no hacer un trabajo con el estudiantado que consista en la mera continuación del libro de texto.

En mi centro el trabajo con la radio está integrado en el apartado de oralidad del programa Comunica (E1, Huércal de Almería).

Comunica es un Programa para la Innovación Educativa impulsado por la Junta de Andalucía, cuyo objetivo prioritario es potenciar la competencia en comunicación lingüística en cualquiera de sus vertientes (escrita, oral e incluso audiovisual). La inclusión en este programa en las actividades de los centros educativos es importante, pues no solo conecta al docente con una red de materiales que pueden ayudarle a enfrentarse a la tarea, sino que la participación en este tipo de programas de innovación conlleva recompensas en la puntuación necesaria para el concurso de traslados y también les sirve para el reconocimiento de los sexenios¹⁵, que tiene consecuencias económicas. Es decir, que no se trata de un esfuerzo cuya recompensa recaiga en la mejora del estudiantado en ciertas competencias e incluso en el reconocimiento por parte del estudiantado, también puede tener reconocimiento profesional, en el caso probable de que suponga un esfuerzo extra la realización del pódcast.

- ¿Es fácil involucrar al resto del profesorado?

- En mi centro sí porque está impuesto, es una actividad de centro coordinada con otros programas desde el inicio de curso para no solaparnos. De todas formas, es fácil convencer a los reticentes porque es una actividad que se hace en clase, que se corrige allí y que tampoco supone un esfuerzo extra ni una preparación previa inhumana. Además, al formar parte del programa Comunica certificas 30 horas para los sexenios y consigues 0.20 puntos para el concurso de traslados. (E2, Las Norias de Daza).

Si bien, como muestra el entrevistado E2, los y las docentes no tienen que hacer un esfuerzo titánico para la elaboración del pódcast, es cierto que al ser algo nuevo requiere de cierto esfuerzo de adaptación. Además, cuando es impuesta desde la directiva se facilita la promoción de la actividad de pódcast y la realización de productos sonoros se convierte en una actividad ineludible de la vida del centro.

¹⁵ Sexenios: el personal funcionario de los diferentes cuerpos docentes tienen reconocido el derecho a la promoción retributiva de sexenios siempre que reúnan una serie de requisitos especificados en la normativa al efecto (seis años de actividad docente, participación en diversas actividades de formación o innovación durante 60 horas) además de solicitarlo. Fuente: <https://www.juntadeandalucia.es/educacion/portals/web/ced/normativa/-/normativas/detalle/orden-de-28-3-2005-por-la-que-se-regula-la-promocion-retributiva-de-los-funcionarios-y-2>

3.6.2. Incentivar al estudiantado

Tener la opción de ser evaluado o evaluada mediante la elaboración de un pódcast con un contenido determinado y librarte de un examen tradicional debe de ser bastante motivador, pero algunos centros como el de Las Norias de Daza han creado además unos premios con los que al final de curso recompensan los productos más elaborados del centro con varias categorías (se muestra en la siguiente imagen), que generan mucha emoción y motivan enormemente a los y las estudiantes. Es tal la motivación que no sólo se presentan a los premios convocados por el centro, sino que también se presentan a premios nacionales como los Premios de Buenas Prácticas del MEC, Concurso de pódcast de RNE, entre otros.



Fuente: YouTube¹⁶

También el aula de radio de la Universidad de Almería en colaboración con el Grupo de Innovación Docente, el Pódcast como herramienta para la multimodalidad, ha convocado el curso 2021-22 un festival de pódcast al que pueden presentarse miembros de la comunidad universitaria¹⁷.

¹⁶ Fuente de la imagen: <https://www.youtube.com/watch?v=MjkObpKbvRw>

¹⁷ Véase en línea: <https://www2.ual.es/cultura/aulas-culturales/actividad/1014/i-festival-de-podcast-socialpodcastual22>

Figura 4. Festival de Pódcast



Fuente: Imagen facilitada por E5

Figura 6. Entrega de Premios Festival de Pódcast



Fuente: Imagen facilitada por responsable del Grupo de Innovación Docente El Pódcast como herramienta para la multimodalidad

3.6.3. Aprendizaje entre iguales

En la barriada ejidense también se ha llevado a cabo un programa piloto durante el año escolar 2021/2022, en el que el alumnado que el año pasado aprendió a trabajar con algún medio técnico, como por ejemplo la mesa de mezclas, este año ese mismo grupo es el encargado de enseñárselo al nivel que le precede con el objetivo de que ellos mismos y ellas mismas se conviertan en docentes. Por ejemplo: los que ahora están 5° de Primaria, que el curso pasado aprendieron a utilizar la mesa de mezclas, este curso enseñan a los que ahora están en 4° curso de Primaria a utilizarla.

El proyecto no está siendo fácil, pero no nos vamos a rendir (E2, Las Norias de Daza).

Parece un proyecto cuanto menos ambicioso y es necesario seguir investigando la evolución de este programa piloto, porque está demostrado que la enseñanza entre iguales funciona, les motiva y puede ser un elemento de gran auge para nuestro objeto de estudio. De momento, es pronto para poder valorar sus resultados, pero podrían ser prometedores.

3.7. CONTINUIDAD EN LOS NIVELES EDUCATIVOS

Durante el desarrollo de esta investigación se ha intentado comprobar los beneficios que el pódcast podría conllevar en las nuevas generaciones si se familiarizaran con esta herramienta. Para ello tendría que existir alguna suerte de continuidad o seguimiento de los y las estudiantes que han participado de estas experiencias innovadoras. Mediante las entrevistas realizadas se ha podido conocer que en general los y las jóvenes que han trabajado en algún momento con los pódcast no tienen un seguimiento a lo largo de las etapas educativas posteriores, ya que en algún momento dicha herramienta desaparece. Así pues, los cinco informantes entrevistados que han participado en esta investigación trabajan con la radio educativa de forma

independiente, es decir, no se coordinan con otras experiencias similares que se hayan puesto en marcha en otros niveles educativos de la zona, ni inferiores ni superiores.

- ¿Sabes si en el instituto de Huércal de Almería están realizando radio escolar?

- Que yo sepa no (E1, Huércal de Almería).

El informante E1 trabaja en el CEIP Clara Campoamor, que es conocido por el uso de metodologías activas y actuales, pero no trabaja de forma coordinada con el instituto de la zona, es decir, nunca han mantenido un intercambio de ideas sobre esta herramienta educativa. No obstante, todos los centros mantienen reuniones anuales denominadas de tránsito para hablar de los estudiantes que pasan de 6º de Primaria a 1º de ESO. En ellas se podía abordar este tipo de cuestiones y aprovechar dinámicas que se sabe que funcionan. Lo cierto es que en este sentido falta comunicación entre las diferentes etapas educativas. Otro ejemplo paradigmático es lo que ocurre en Las Norias de Daza:

En el IES de las Norias acaban de arrancar este curso con la radio escolar y me gustaría coordinarme con ellos para que cuando les lleguen los críos de nuestro colegio sepan cómo estamos trabajando, lo que ellos saben hacer y que puedan obtener el máximo rendimiento. (E2, Las Norias de Daza)

El informante E2 ha aparecido este año en medios de comunicación de gran difusión, en programas como Andalucía Directo, entre otros, y es significativo que arranque una radio en una etapa superior y nadie se interese o pregunte qué estaban haciendo anteriormente para no empezar de cero y aprovechar la inercia de Primaria. En la Mojonera, sin embargo, ocurre todo lo contrario. Se utiliza en el instituto pero no en Primaria:

- ¿En alguno de los tres colegios de La Mojonera están realizando radio escolar?

- No (E3, La Mojonera).

En este contexto sería recomendable que esta etapa se coordinara para buscar la forma de incorporar esta herramienta a su práctica docente para que los y las estudiantes llegaran más familiarizados con ella al instituto. Es una localidad pequeña y no tendría que disponer cada colegio de un espacio radiofónico propio, podrían hacer como en Huércal de Almería con la radio municipal o establecer una radio compartida por los tres centros educativos. En definitiva, que el gasto no fuese una limitación. Pero tal como relatan los entrevistados, esto no ocurre.

3.8. PLATAFORMAS

Por último, se han analizado las plataformas más utilizadas en el ámbito educativo para la creación de *podcasting*. Como se vio en capítulos anteriores, los productos radiofónicos se crean con un *software* y luego permanecen en Internet a disposición de las y los oyentes que deseen escucharlo o descargarlo. En el terreno educativo, los pódcast se suelen crear con aplicaciones gratuitas y sencillas como Audacity y Anchor, en este orden de preferencia.

-Todos los programas están subidos y si llegan docentes nuevos los pueden escuchar. Además, ahí se puede comprobar cómo el alumnado sí mejora su competencia lingüística e incluso la técnica del *podcasting* (E3, Las Norias de Daza).

Ahora bien, si se atiende a las plataformas donde se cuelgan los productos realizados, ya que es importante que los pódcast creados estén disponibles en algún lugar, Ivoox es la más utilizada en Educación debido a su gratuidad, sencillez y a ser española.

4. CONTINUIDADES Y DISCONTINUIDADES EN LAS RADIOS EDUCATIVAS

Todas las voces son bonitas,
no hay voces feas

Esther Benavides, Radio UAL

Lo primero que se aprecia y se ha de señalar es que educación Primaria parece contar con una estructura organizativa que favorece el uso de la herramienta pódcast y se valora más desde la directiva, ya que en la mayoría de los casos es una actividad prescriptiva establecida a nivel de centro que se realiza con anterioridad a la pandemia (Las Norias, Clara Campoamor y Fiñana). En la Educación Secundaria Obligatoria está aflorando de forma significativa, pero con un interés muy reciente y no tan sistemático (La Mojonera, Villa de Níjar y Las Norias como nueva incorporación).

De forma unánime las personas entrevistadas consideran que no es necesaria una formación específica sobre el tema, que en todo caso siempre será bienvenida. Lo importante, destacan, son las ganas de realizar pódcast con el alumnado y aprender haciendo, como el entrenamiento en el deporte.

Entre los consejos que han trasladado a los y las docentes que decidan adentrarse en este nuevo mundillo se destacan los siguientes: a) La prioridad inicial debe ser mejorar la competencia comunicativa del alumnado y no la técnica radiofónica, esta mejorará tras la realización de varios programas (calidad del sonido, montaje, etc.); b) No hay que obsesionarse con el programa perfecto, con que esté todo medido (la música, los efectos, el tiempo, etc.), es importante que el programa fluya, porque la radio es un medio natural en el que surge la improvisación y esto hay que trasladárselo al estudiantado.

También coinciden en que una de las mayores dificultades de hacer radio escolar es la sensación de estar perdiendo el tiempo frente a otras metodologías tradicionales, como la clase magistral, basada en la explicación y el posterior examen. No obstante, afirman que la apuesta por el *podcasting* es hacerlo por una metodología activa de aprender haciendo, que logra abordar un contenido curricular de forma lúdica y

significativa, es decir, que dicho aprendizaje permanezca en el tiempo. Además, las leyes educativas vigentes requieren que el alumnado elabore textos de diversos ámbitos sociales y la radio favorece este objetivo didáctico.

Si en gamificación lo importante es crear jugadores y jugadoras, aquí lo que prima es crear locutores y locutoras, y para ello es fundamental el papel del o de la docente, que tiene que ejercer de dinamizador/a. «Si el docente traslada apatía por este producto, la respuesta será apática», aunque todos los informantes coinciden en que no hay unos requisitos mínimos para dedicarse a la radio.

Si bien hay una gran variedad de plataformas para elaborar el pódcast en la actualidad (GarageBand, Ocean Audio, Spreaker, Anchor, Ntrack Studio 9, Audacity), la mayoría de docentes opta para su difusión la plataforma iVoox. En este sentido, Es importante que los productos estén disponibles en alguna página web, no solo para los alumnos y alumnas del presente, sino como paradigma para el alumnado venidero y también para que el profesorado que se incorpore durante el año escolar pueda conocer lo que se está haciendo en el centro.

En los niveles educativos no universitarios no se suele hacer uso de escaleta como tal. En la mayoría de los casos se utiliza un guion similar al texto dramático ya que lo que prima es que el alumnado conozca el orden en que participa. El estudiantado no suele utilizar el minutaje, si bien en ocasiones se realizan dinámicas con el objetivo de que el alumnado conozca la utilidad de esta herramienta para el diseño de efectos y la incorporación de canciones.

En líneas generales se pueden determinar los tres problemas principales que tiene la radio en el ámbito educativo: 1) la fluctuación del profesorado, ya que anualmente los claustros suelen sufrir transformaciones significativas; 2) las dificultades para coordinar actividades de este tipo en educación Secundaria, pues no existen estructuras tan sólidas como en educación Primaria que fomenten la interdisciplinariedad a nivel de centro, aspecto que se viene denunciando hace años desde el programa Comunica, según sus coordinadores de zona (M. Reyes Rivero y Antonio Garrido); 3) la falta de formación del profesorado, un aspecto que provoca rechazo a usar el *podcasting* en el aula, incluso en aquellos centros en que se dispone de un espacio radiofónico. La mayoría de los y las docentes que realizan radio con su

alumnado han aprendido de forma autodidacta, y una vez adentrados en este mundillo van realizando diversas formaciones entorno a esta herramienta.

La disposición de un espacio físico de radiodifusión en el mismo centro de enseñanza, hecho que no es dispendioso, proporciona grandes ventajas, entre las que se destaca la motivación que contagia al alumnado cuando se sumerge en dicho espacio radiofónico, una vez que se sientan delante del micrófono y se colocan los auriculares grandes. En este momento la vergüenza desaparece en casi todos los casos y se sienten empoderados y empoderadas.

Este espacio no solo presenta ventajas, ya que su uso requiere una mínima formación, porque no se está utilizando una tableta personal con una app gratuita que presenta una interfaz sencilla y con la que se puede realizar un producto *amateur*. Entrar en este espacio impone y, quien no disponga de un mínimo de preparación no se atreverá a acceder por su cuenta, aunque se le invite a ello. Además, hay que organizarse muy bien para grabar ya que el espacio es limitado, no se puede acudir con un grupo de 25 o 30 estudiantes. Este hecho ocasiona problemas en los centros de Secundaria y es conveniente seguir investigando este momento del proceso de grabación, en especial, en estudios posteriores.

En la breve investigación realizada ha quedado de manifiesto que el momento de la grabación es un momento muy libre. Algunos centros cuentan con una radio local a la que acuden a grabar y sus profesionales se ocupan de todo el proceso técnico, lo que presenta muchas ventajas, pues el o la docente solo se tiene que preocupar del proceso previo, los y las estudiantes el día de grabación salen del centro, etc. En otro centro realizan todo el proceso íntegro, desde la programación anual hasta la publicación e incluso elaboran unos premios denominados «El micrófono de Oro». En este caso graban durante los recreos y el alumnado se lo toma con gran entusiasmo, «como si fuesen verdaderos famosos». Otros ofrecen más libertad aún, incluso grabarlo en el centro con tabletas o en sus casas con los teléfonos móviles.

La financiación de ese espacio radiofónico se ha llevado a cabo en los casos entrevistados por restos de partidas presupuestarias diversas del centro, ya que no se dispone de una concreta para ello. Incluso el mobiliario y el ordenador que se requieren son recopilaciones de diferentes rincones del edificio escolar que han sido cedidos o que

estaban en desuso, con las correspondientes limitaciones que eso conlleva. Algunos, como Rubén, empezaron a grabar con material propio; otros empezaron con dispositivos móviles personales. En cualquier caso, siguen a la expectativa de poder mejorar el inventario del espacio radiofónico escolar.

Tanto en educación Primaria como en educación Secundaria, se recomienda que la mayor parte del proceso se realice en clase con la ayuda del o de la docente. En el caso de que se le asigne alguna tarea para casa, se recomienda que esta sea muy concreta (buscar una noticia, realizar una entrevista a un sujeto cercano, etc.) y de forma individual para no comprometerlos/as con otros compañeros/as de clase por las tardes.

El alumnado se muestra receptivo a este mundillo (preparación del guion, grabación, etc.) y es ínfimo el número de casos en que la vergüenza les impide grabar. No obstante, todos participan en el proceso previo (investigación y elaboración del guion), que es tan enriquecedor para el alumnado y para el profesorado ya es suficiente para la evaluación. Con todo, suelen motivarse cuando están en el espacio radiofónico incluso en los centros de Primaria que están grabando en los recreos.

En la mayoría de los casos el alumnado selecciona la música y los efectos porque a ellos y a ellas les resulta motivador para comenzar el producto y les ayuda a ver el pódcast como un mensaje total, en el que se integra el lenguaje verbal y no verbal. Este hecho refuerza lo que todos los entrevistados y entrevistadas han remarcado unánimemente: el uso del pódcast contribuye a la mejora significativa de la oralidad del alumnado (el volumen, la entonación, las pausas, etc.).

Con el objetivo de que se lo aprendan, se prohíbe que lo lean. De esta forma se consigue mayor naturalidad, incluso cuando en la grabación tengan delante el guion. Es importante también que realicen el pódcast sobre temas que hayan trabajado previamente, que lo hayan expresado con sus palabras, etc., aunque ello no impedirá que amplíen su léxico. Es esencial que fluya la naturalidad y no repercute negativamente que sea imperfecto, la radio es un ente orgánico y tiene su grandeza, pero el pódcast no debe admitir la lectura y menos aún, una mala lectura.

Varios de los informantes han resaltado que el *podcasting* mejora la convivencia, porque requiere el trabajo colaborativo con otros miembros, la escucha activa, sitúa el verbo *discutir* encima de la mesa sin connotaciones negativas, es decir,

potencia la asertividad... En definitiva, la radio es una herramienta integradora y por tanto desarrolla la competencia social y cívica.

El profesorado que hace radio en sus centros educativos ha contado con el apoyo de los equipos directivos siempre que ha sido propuesto por algún miembro del claustro. En el caso en que la directiva ha decretado esta actividad como preceptiva ha propiciado los mecanismos necesarios de planificación para que se realice de forma acorde con su proyecto de centro y de forma coordinada con el resto de planes y programas. Por lo tanto, el apoyo, incluso el impulso, de la directiva es fundamental.

En líneas generales, el *podcasting* no presenta continuidad entre los diferentes niveles educativos de las zonas geográficas investigadas. Es decir, si se hace en educación Secundaria, no se aplica en educación Primaria (en Las Norias, por ejemplo, acaban de empezar a utilizarlo en el IES y no se han reunido con la radio del colegio que lleva tres años haciendo radio, su trabajo ha sido reconocido en medios de comunicación regionales como Andalucía Directo¹⁸ y sus programas se emiten cada viernes en la radio municipal de El Ejido, etc.). En La Mojonera, en cambio, se hace en educación Secundaria, pero no se realiza radio en ninguno de sus tres colegios públicos. Si se estableciera un procedimiento generalizado a nivel local, no es necesario que cada centro de enseñanza disponga de una radio y se podrían sistematizar las radios escolares de la localidad.

El trabajo de la radio escolar en educación Primaria y en educación Secundaria favorece que cuando el alumnado se incorpore a la universidad llegue y pregunte por la radio universitaria, con el consiguiente enriquecimiento de toda la comunidad. La radio universitaria se utiliza como práctica didáctica, como material instructivo, como prácticas curriculares de diversas titulaciones y colabora con varias entidades de la provincia de Almería siempre y cuando tengan alguna vinculación con la Universidad de Almería (algún proyecto de investigación, prácticas de empresa, etc.). No obstante, no es una práctica generalizada a la que se le esté obteniendo todo el partido posible y deseable.

Está comprobado que el trabajo con la radio de forma sostenida en el tiempo favorece la sistematización del medio y sus beneficios. Además, se puede pretender la

¹⁸<http://ceipmirasierra.andaluzia.net/2022/03/11/andalucia-directo-nos-visita/>

formación integral del alumnado en *podcasting*. En Las Norias han puesto en marcha un programa piloto intergeneracional en el que un nivel determinado aprende a utilizar durante un curso la mesa de mezclas, por ejemplo, y el próximo año será el encargado de enseñar a utilizarla a los que estén en el curso que ellos estaban el año anterior, como una cadena de enseñanza entre iguales. De esta forma, no solo aprenden oratoria, sino también el uso de los medios técnicos que conlleva el montaje de un pódcast. La evaluación de dicho programa piloto también es un punto a valorar en las investigaciones posteriores.

Las recompensas son importantes para todos los miembros implicados. Es por ello por lo que el profesorado participante certifica en el programa Comunica unas 30 horas de formación que son válidas para el concurso de traslados y para los sexenios. Al estudiantado también hay que recompensarlo y, aunque esto solo lo hacen en Las Norias y en el Aula de Radio de la Universidad de Almería en colaboración con el Grupo de Innovación Docente El Pódcast como herramienta para la multimodalidad, es algo digno de extrapolar a otros centros educativos, ya que establecen un jurado que vota los mejores pódcast elaborados durante el curso y los ganadores reciben «El micrófono de Oro», una especie de diploma con el que se premia al alumnado en el caso del colegio, o unos auriculares y camisetas con el logo de la Universidad en el caso del Aula de Radio en colaboración con el grupo de innovación docente.

Establecer un eje temático obligatorio para todos los niveles es un tema delicado porque es preferible otorgar mayor libertad a los grupos para que estos puedan conectar los programas de acuerdo a sus gustos e intereses, contenidos curriculares o efemérides. De esta forma, se ha comprobado que se obtienen productos de mayor calidad (se lo aprenden mejor, lo realizan con mayor entusiasmo, etc.), pero sobre todo un mejor aprendizaje y desarrollo de competencias.

Cuanto menor es el nivel socioeconómico del alumnado, más desvinculado suele estar de la radio hablada o de los pódcast. En este sentido, es fundamental el papel del o de la docente que debe ser el de dinamizador o dinamizadora. Si sabe enganchar, el tema fluirá. Sin embargo, si propone el tema con desgana, obtendrá una respuesta similar.

Toda la investigación realizada, tanto la primera aproximación desarrollada con la elaboración del marco teórico como la extraída de las entrevistas realizadas, refleja que los docentes que trabajan la radio en su metodología didáctica, lo hacen desde el prisma de la producción, pero no desde la recepción de productos radiofónicos, aspecto que también se debe trabajar dentro de la oralidad y que seguro que hay sobre cualquier contenido curricular. En este sentido, falta investigación sobre este hecho y Esther Benavides de Radio UAL afirmó que se estaba haciendo algo al respecto desde el Aula de Radio de la Universidad de Almería, ya que se impartió un seminario del pódcast, con el objetivo de preparar al profesorado para trabajar adecuadamente este contenido, y además Esther como técnico se ha integrado en un grupo de innovación docente, El Pódcast como herramienta para la multimodalidad, del que forman parte siete profesores de distintas disciplinas en la Universidad de Almería. Lo mismo que cuando se trabaja el cine en las aulas, que requiere que se prepare al alumnado para que se fije en determinados aspectos, como el vestuario, los planos, las elipsis narrativas, en la radio, en el pódcast se trabaja con la oralidad y todo su potencial comunicativo y expresivo.

5. CONCLUSIONES

En este Trabajo Fin de Máster se ha puesto de manifiesto que si la radio ha logrado sobrevivir esta centuria se debe a su capacidad de adaptación a todos los cambios sociales y tecnológicos que han tenido lugar hasta la llegada del pódcast. Esas ganas de sobrevivir han estado impulsadas por la naturaleza del ser humano y su gusto por escuchar historias de forma oral procedentes de una voz que ejerce de locutor o de locutora. Hay algo que ha cambiado con respecto a nuestros ancestros y es que ahora esa escucha se realiza de forma individual, pero esa necesidad de escuchar historias, ya sean informativas o de entretenimiento, está en el germen de las primeras manifestaciones culturales.

Teniendo en cuenta esta naturaleza antropológica, no se entiende que según las investigaciones más recientes las y los jóvenes no escuchen radio hablada ni pódcast antes de los 35 años como norma general. Por lo tanto, es muy importante que el sistema educativo, en todos los niveles, reconsidere esta herramienta como una metodología activa que funciona entre jóvenes, niños y niñas, que quieren dar voz a sus ideas. Una vez que quedan cautivados con la producción es buen momento para acercarlos a otros productos orales de calidad con el objetivo de ofrecerles modelos provechosos y de enseñarles a valorarlos.

El éxito del pódcast se basa en la especialidad por temáticas (deporte, vida saludable, cocina, desarrollo personal, ASMR, biografías como ocurre con el programa «Por el principio», conferencias o entrevistas especializadas como las de «Aprendemos juntos», etc.) o por la afinidad con la voz que locuta, como ocurre en la radio sincrónica con Ángels Barceló o Carlos Herrera en la actualidad. Por tanto, algo que nació con los primeros locutores de radio y que se mantiene con el pódcast es que los oyentes siguen buscando su voz de confianza, como ocurre con Ángeles Oliva y Toña Medina en «Por el Principio», en la Cadena SER.

Muchas de las fórmulas que incorpora la radiodifusión española en los años 40 gracias a la agencia de Publicidad CID de la SER resultan ser un éxito. En poco tiempo otras emisoras imitan esta forma de hacer radio que se mantiene hasta hoy, tanto en radio como en pódcast (programas de una hora, misma voz de locución porque

favorecía la familiaridad y la empatía, patrocinio de los programas, obsequiar a los oyentes, asistencia a los programas de actores o artistas, etc.).

El pódcast favorece la creación por personas *amateur* ya que se trata de un archivo de audio digital cuya naturaleza suele ser en MP3. Esta facilidad de producción y de acceso, si la subimos a algún sitio web, contribuye a que sea una herramienta más que apta para trabajar en educación por dos motivos fundamentales: su accesibilidad es total y la gratuidad también, ya que los *software* de edición de estos archivos lo son en su mayoría. El coste sería disponer de un espacio radiofónico en los centros escolares y según la información obtenida no sería necesario un presupuesto cuantioso.

Otro aspecto que se ha presentado, gracias a la entrevista realizada a Esther Benavides así como a la investigación de Terol-Bolinches, es que Hispanoamérica consume más pódcast que España, que ocupa el decimosexto lugar. Estos datos apoyan la tesis que defiende este trabajo, la cual considera que nuestro sistema educativo debería apostar por la oralidad desde edades tempranas y que la educación primaria y secundaria, pero también la universidad o el trabajo socioeducativo realizado en los barrios, son momentos y espacios muy adecuados para llevarlo a cabo. Hay que convertir al alumnado en prosumidores de pódcast, según la terminología de Toffler.

Consideramos también que es importante no dejarse llevar por el poder hipnótico y omnipresente de la pantalla, porque la radio sigue presentando beneficios incalculables en el ser humano y se puede obtener provecho desde edades tempranas. Además, la investigación ha demostrado que la motivación supera cualquier obstáculo relacionado con la timidez en el plano de la producción y con la falta de recursos para hacer radio.

La *podcasting* en el ámbito educativo no puede ser una lectura de un texto. Es aconsejable que el alumnado elabore algo parecido a una escaleta, con o sin minutaje. En la escaleta vierten el contenido que ellos desean y se involucran como con pocos contenidos curriculares en lo van a hacer y es ahí donde empieza el desarrollo de la competencia comunicativa, con la preparación escrita del texto oral.

Llegados a este punto hay que responder las preguntas iniciales. En primer lugar, este trabajo ha corroborado que el pódcast como herramienta didáctica funciona con el alumnado ya que lo concibe como una práctica motivadora, innovadora y ellos se

sienten los protagonistas del proceso de enseñanza y aprendizaje. Estos atributos, unidos a que el pódcast requiere un trabajo continuado en el tiempo, contribuyen a que el contenido abordado en el producto radiofónico sea algo adquirido de forma significativa.

En segundo lugar, el profesorado está acogiendo esta práctica docente con mayor interés de forma progresiva. Es cierto que los centros en los que mejor está funcionando son aquellos en los que esta actividad es prescriptiva y forma parte de la Programación General Anual, entre otros aspectos, porque el profesorado no sabe cómo utilizar esta metodología activa en su aula, es decir, falta de formación e interés en otros casos.

Otras preguntas secundarias que conllevaba esta investigación es que si el trabajo con los pódcast debe limitarse al uso de efemérides o contenidos transversales. La respuesta, según los discursos obtenidos en las entrevistas, es clara: el pódcast puede abordar cualquier contenido curricular o a otros elementos extracurriculares como los citados, lo importante es que resulte algo significativo para el alumnado y que se tome en serio la propuesta. Además, el trabajo con esta herramienta ha demostrado que mejorara la competencia comunicativa, tanto en su vertiente escrita como oral y que, por tanto, se debe trabajar la radio escolar en cualquier nivel educativo.

Por último, este trabajo ha constatado dos futuras vías de estudio sobre el pódcast en el ámbito educativo. Por un lado, investigar el programa piloto iniciado en el CEIP Mirasierra (Las Norias) sobre el plan de formación en cuestiones técnicas de forma intergeneracional (evolución, problemas planteados, sistematización, etc.). Por otro lado, es interesante profundizar en el estudio de la comprensión oral, los seminarios relacionados con el pódcast de los que hablaba la directora de Radio UAL para poder trabajar con el alumnado este aspecto esencial.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AFUERA HEREDERO, Ángeles (2019) *La sociedad Unión Radio: empresa, emisora y programación (1925-1939)*, [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid.

AGUAYO LÓPEZ, Virginia (2015) *El podcast como herramienta de comunicación empresarial*, [Tesis doctoral] Universidad de Málaga.

AIMC (2022) *Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación*. Boletín de marzo de 2022. Disponible en: <https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/marco-general/descarga-marco-general/> [Consultado el 29 de mayo de 2022].

BALSEBRE, Armand (2002) *Historia de la radio en España*. Madrid: Cátedra.

BERLÍN VILLAFAÑA, Irving (1998) «Radio: Los medios de servicio público, América y Europa. Apuntes para un diagnóstico», en *Revista Latina de Comunicación Social*, Nº 7, págs. 6.

BELTRÁN, Miguel (1985) «Cinco vías de acceso a la realidad social», en *Reis*, Nº 29, págs.7-41.

BLANCO HERNÁNDEZ, María (2013) *Análisis del conocimiento de podcast en España e Hispanoamérica. Caracterización de los usuarios y factores que determinan su consumo como nuevo medio de comunicación* [Tesis doctoral] Universidad Pontificia de Salamanca.

BLASCO GARCÍA, Carlos (2017) *La divulgación de la salud a través de Radio Nacional de España durante la temporada 2014-15*, [Tesis doctoral], Universitat Jaume I, Castellón de la Plana, España.

BORDERÍA ORTÍZ, Enric; LAGUNA PLATERO, Antonio; MARTÍNEZ GALLEGO, Francesc (1998) *Historia de la comunicación social*. Madrid: Síntesis.

BUSTAMANTE RAMÍREZ, Enrique (2013) *Historia de la radio y la televisión en España: una asignatura pendiente de la democracia*, Barcelona: Gedisa.

CASTELLS, Manuel (2003) *La galaxia Internet*, Barcelona: Debolsillo.

CRUZ, Juan (8/01/2022) «Luis del Olmo: “Echo de menos la radio entera”» *El País*, Disponible en: <https://elpais.com/cultura/2022-01-08/luis-del-olmo-echo-de-menos-laradio-entera.html>(Consultado el 10/01/2022)

- DÍAZ, Lorenzo (1992) *La Radio en España: 1923:1993*, Madrid: Alianza.
- DOARDI, Davide (2021) «Entorno digital y generación Z», en *Teoría de la educación*, Vol.33, Nº 2, págs. 27-47.
- EZCURRA CARRILLO, Luis (1974) *Historia de la radiodifusión española. Los primeros años*, Madrid: Editora Nacional.
- FAUS BELAU, Ángel (2007) *La radio en España (1896-1977): una historia documental*, Madrid: Taurus.
- FERNÁNDEZ, Isabel (2010) «Escuchar para leer. El fomento de la lectura a través del podcasting», en *Libro podcasting*. Disponible en: <https://studylib.es/doc/4659333/escuchar-para-leer.-el-fomento-de-la-lectura-a-trav%C3%A9s-del>...[Consultado el 15 de marzo de 2022].
- FROST, Gary (2014) «Lee de forest: : king of radio, television, and film», en *Technology and Culture*, Vol. 55, Nº. 3, 2014, págs.751-752.
- GARCÍA ARETIO, Lorenzo (2022) «Radio, televisión, audio y vídeo en educación. Funciones y posibilidades, potenciadas por el COVID-19», en *RIED-Revista Iberoamericana De Educación a Distancia*, Vol. 25, Nº 1págs. 09–28. [Consultado el 15 de marzo de 2022] Disponible en: <https://doi.org/10.5944/ried.25.1.31468>
- GALLEGO PÉREZ, Juan Ignacio (2010) *Podcasting: nuevos modelos de distribución y negocio para los contenidos sonoros*. Barcelona: UOC.
- GELADO, José Antonio (2007) «Cómo hacer un podcast», en ROJAS ORDUÑA, Octavio (Ed.) *Web 2.0 Manual de uso*, pp. 159-234. Madrid: ESIC.
- GONZÁLEZ CONDE, María Julia; PRIETO GONZÁLEZ, Hugo; BAPTISTA GIL, Francisco (2022) «Didáctica del pódcast en el programa PMAR. Una experiencia de aula en la Comunidad de Madrid», en *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, Vol. 25, Nº 1, págs. 183-201.
- ÍÑIGO, José María (2002) «Orígenes de la radio musical en España», en *Cuadernos Hispanoamericanos*, Nº 630, págs. 25-34.
- JUNTA DE ANDALUCÍA. *Conserjería de Igualdad, políticas sociales y conciliación*. (2016) Zonas con necesidades de transformación social. Recuperado de:

<https://www.juntadeandalucia.es/organismos/igualdadpoliticassocialesyconciliacion/areas/inclusion/zonas-transformacion/paginas/introduccion-zonas-transformacion.html>

LEITE, Fabio (2015) «Radiocomunicaciones en constante evolución» en *Actualidades de la UIT*, N°3, págs. 9-15.

MARTÍNEZ COSTA, María del Pilar (1997) *La radio en la era digital*. Madrid: Aguilar.

MARTÍNEZ COSTA, María del Pilar; MORENO, Elsa y AMOEDO, Avelino (2012). «La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional», en Anagramas: *Rumbos y sentidos de la comunicación*, Vol. 10, N° 20, págs. 165-180.

MARTÍN PALOMO, María Teresa (2020) *Memoria de innovación docente*. Universidad de Almería.

MORENO, Elsa; AMOEDO, Avelino; MARTÍNEZ M^a del Pilar (2017) «Usos y preferencias del consumo de radio y audio "online" en España: tendencias y desafíos para atender a los públicos de internet», en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, N°23, Vol. 2, págs. 1319-1336.

OLCESE, Rivadeneyra; y VIDAL, Carlos (2013) «La radio en el escenario digital», en *VI Encuentro Panamericano de Comunicación*, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Andres-Barrios-Rubio/publication/305651694_La_radio_en_el_escenario_digital/links/57a1209308aeef8f311c7de8/La-radio-en-el-escenario-digital.pdf [Consultado el 15 de enero de 2022].

QUINTANA GARZÓN, Rafael (2001) «El lenguaje de la radio y sus posibilidades educativas», en *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, N° 17, págs. 97-101.

RODRIGO, Gorka (2005) *Podcast: Audio Digital + RSS*, Conferencia en la Semana Eside 2005, en la Universidad de Deusto. Bilbao. [Consultado el 14 de abril de 2022] Disponible en: <http://e-ghost.deusto.es/docs/2005/conferencias/TransparenciasPodcast.pdf>

RODRÍGUEZ ROSELL, María del Mar, y MELGAREJO MORENO, Irene (2012) «El Educomunicador: un profesional necesario en la Sociedad Multipantalla», en *Sphera*

Pública, Nº 12, págs. 143-159.[Consultado el 17 de enero de 2022] Disponible en:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29729577010>

ROMERO, Laura (2010) «El podcast y la responsabilidad de la creatividad», en PÉREZ DE PEDRO, Javier (Coord) *Podcasting. Tú tienes la palabra*. Madrid: Bubok, págs. 155-161. Disponible en:
<https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/556/1/Podcasting-tu-tienes-la-palabra.pdf> [Consultado el 15 de marzo de 2022]

RUEDA LAFFOND, José Carlos; GALÁN FAJARDO, Elena y RUBIO MORAGA, Ángel (2014) *Historia de los medios de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial,

SALILLAS, José Manuel (1989) *Historia de Radio Ibérica: la primera emisora de España*, Barcelona: Clie.

SELLAS, Antoni. (2009) *La voz de la Web 2.0. Análisis del contexto, retos y oportunidades del podcasting en el marco de la comunicación sonora*. [Tesis doctoral] Universidad Internacional de Catalunya: Barcelona.

SOLANO FERNÁNDEZ, Isabel Maríay SANCHEZ VERA, María del Mar (2010) «Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo», en *Pixel-Bit: Revista de Medios y Educación*, Nº 36, págs. 125-139. [Consultado el 17 de enero de 2022] Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36815128010>

TEROL-BOLINCHES, Raúl; PEDRERO ESTEBAN, Luis Miguel; PÉREZ ALAEJOS, María de la Peña (2021) «De la radio al audio a la carta: la gestión de las plataformas de podcasting en el mercado hispanohablante», en *Historia y comunicación social*, Vol. 26, Nº 2, págs. 475-485.

VÁZQUEZ, MARTÍNEZ, Susana (2007) «TIC y podcast», en *Revista Padres y Maestros*, Nº 311, págs. 36-39.

ANEXOS

ANEXO I. GUIONES ENTREVISTAS

ENTREVISTA A DOCENTES

BLOQUE 1: DATOS PERSONALES

1. Edad
2. Lugar de nacimiento
3. Formación académica
4. Experiencia profesional (¿solo docencia o ha tenido previamente algún contacto con los medios de comunicación?)
5. ¿Qué antigüedad tiene en este centro?
6. ¿Qué antigüedad tiene en total como docente?
7. ¿Cuánto tiempo lleva haciendo radio con el alumnado?

BLOQUE 2: RADIO

8. ¿Qué le llevó a relacionar la radio y la docencia? (alguna formación, algún compañero@)
9. ¿Cómo fueron esos inicios?
10. ¿Qué le recomendaría ahora a la persona inexperta que empezó en aquel momento?
11. Cuando comentó a sus compañeros/as o al resto de la comunidad educativa que iba a hacer radio con su alumnado, ¿qué le dijeron?, ¿Cómo se lo tomaron?
12. ¿Tenéis un espacio físico en el centro para grabar?
13. ¿Con qué equipo estáis grabando? ¿Sabes cómo se ha financiado?

BLOQUE 3: HACER RADIO

14. ¿Es necesario tener una formación especializada para hacer este tipo de radio?
15. ¿Cómo aprendió usted?
16. ¿Elabora al principio de curso una planificación aproximada de los programas que se van a realizar o se trabajan sobre la marcha?
17. ¿Es fácil involucrar al resto del profesorado?
18. Y el alumnado, ¿se motiva fácilmente con esta actividad?

19. ¿Les da vergüenza grabarse?
20. ¿Cómo seleccionas al grupo? ¿Piensas que cualquier clase se puede enfrentar a grabar un podcast por muy breve que sea o tienen que reunir una serie de requisitos?
21. Una vez que seleccionas el grupo, ¿cómo lo trabajas?
 - a. Investigan acerca del tema, ¿en clase?
 - b. ¿Cómo os organizáis para grabar? ¿Lo hacéis en horario de clase o utilizáis otros momentos?
 - c. ¿Quién selecciona la música de cabecera, cierre, etc.?
 - d. ¿Consigues que se lo aprendan y que no lo tengan que leer?
 - e. ¿Elaboráis escaleta con minutaje y todo?
 - f. ¿Cuánto tiempo podéis invertir en la grabación?

BLOQUE 4: CONCLUSIONES

22. ¿Te parece imprescindible el trabajo de la radio/pódcast en los centros educativos?
23. En líneas generales, ¿el alumnado se muestra receptivo a este mundillo, la preparación, la grabación, les motiva?
24. Según tu experiencia, ¿qué beneficios obtiene el alumnado con el trabajo de la radio escolar?
25. ¿Qué recomiendas a los docentes que desean adentrarse en este mundillo?
26. Si quiere añadir algo más...

Muchas gracias por todo.

ENTREVISTA A ÍTACA

BLOQUE 1: DATOS PERSONALES

1. Edad
2. Formación académica
Experiencia profesional
3. ¿Cuánto tiempo llevas en la asociación?
Además de los programas de radio, ¿tienes otras funciones de radio en ella?
4. ¿Te dedicas a alguna otra cosa?
5. ¿Cómo te llevas con los menores disruptivos?
6. ¿Por qué te llamó desde el principio?
7. ¿Tu formación académica te ha ayudado a desempeñar esta labor?

BLOQUE 2: RADIO

8. ¿Por qué utilizas la radio?
9. ¿Qué es lo último que habéis grabado?
10. En vuestro perfil de YouTube aparece una mujer realizando podcast con chicas de 1º de ESO. ¿Es de la asociación o es profesora?
11. Cuál fue su primera incursión en la radio?
¿Cómo fueron esos inicios?
12. ¿Qué le recomendaría ahora a la persona inexperta que empezó en aquel momento?
13. Los podcast que he escuchado se te nota con mucha soltura, crees que cualquiera se puede poner al frente de un programa de radio?
14. ¿Cuánto tiempo lleva haciendo radio para la comunidad?
15. ¿Qué tándem cree que constituyen la radio y la juventud? ¿Crees que los jóvenes están cerca de la radio? ¿y de los podcast?
16. ¿Tenéis un espacio físico en la asociación para grabar?
17. ¿Con qué equipo estáis grabando? ¿Sabes cómo se ha financiado?
18. ¿Cuántos miembros de la asociación hacéis podcast?
19. ¿Cómo os habéis formado para ello?

BLOQUE 3: HACER RADIO

20. Los programas de radio que he escuchado presentan a jóvenes de la ciudad de Almería expresando sus inquietudes en diferentes cafeterías. ¿Cómo surge esta iniciativa?
21. ¿Cómo seleccionáis a esos participantes?
22. ¿Seguís haciendo este programa?
23. El formato aparentemente es muy sencillo para el entrevistado, ¿no? Porque no exige mucha preparación. Consiste básicamente en entrevistas en las que responden con su opinión sobre algo relacionado con su experiencia personal en Almería.
24. ¿Has pensado alguna vez en el formato debate entre jóvenes?
25. ¿Les da vergüenza grabarse?
26. ¿Habéis hecho algún otro tipo de contenido radiofónico?

BLOQUE 4: CONCLUSIONES

27. ¿Te parece imprescindible o positivo el trabajo de la radio/pódcast en los centros educativos o asociaciones?
28. En líneas generales, ¿el alumnado se muestra receptivo a este mundillo, la preparación, la grabación, les motiva?
29. Según tu experiencia, ¿qué beneficios obtiene el alumnado con el trabajo de la radio?
30. ¿Qué recomendaciones a los docentes o personas que desean adentrarse en este mundillo?
31. Si quiere añadir algo más...

Muchas gracias por todo.

ENTREVISTA A UAL RADIO

BLOQUE 1: DATOS PERSONALES

1. Edad
2. Formación académica
Experiencia profesional
3. ¿Cuánto tiempo llevas en la asociación?
Además de los programas de radio, ¿tienes otras funciones de radio en ella?
4. ¿Te dedicas a alguna otra cosa?
5. ¿Cómo te llevas con los menores disruptivos?
6. ¿Por qué te llamó desde el principio?
7. ¿Tu formación académica te ha ayudado a desempeñar esta labor?

BLOQUE 2: RADIO

8. Cuénteme su experiencia en la Radio.
9. Y en las radios universitarias.
10. Me gustaría que me contara, a su modo de ver, qué ¿Qué diferencias hay, y similitudes, entre las radios universitarias y las radios convencionales de cualquier localidad?
11. ¿Radio UAL emite en directo? ¿desde cuándo? ¿qué tipo de programas?
12. He visto en la web que “Radio UAL es una emisora concebida como un canal de comunicación flexible y abierto a la participación del alumnado, el profesorado y el personal de administración y servicios de la UAL. Es el medio para que la voz de nuestra comunidad universitaria llegue al conjunto de la sociedad. Un servicio de la UAL de todos y para todos”. ¿Cree que toda la comunidad universitaria usa o está interesada en la radio y en las posibilidades que ofrece? ¿qué colectivos y/o sectores utilizan más la radio en la UAL?
13. ¿Se colabora con otros colectivos de fuera de la UAL?
14. ¿Se colabora con otros colectivos de fuera de la UAL? Cuénteme qué tipos de redes, desde cuando están funcionando, qué tipo de participación tiene radio UAL...

15. Uno de los autores de mi TFM, denuncia que en los años 50, los niños y jóvenes tenían un espacio en la radio que hoy no tienen, que la radio actual, al menos la hablada, no cuenta con un público joven, pues este no escucha la radio convencional hasta los 35 años en adelante. ¿Qué opina al respecto? ¿Qué tipo de colectivos (según edad, género, nivel de estudios..) utiliza la radio como oyente? ¿qué tipo de colectivo participa en radio como generador de programas?
16. ¿Es necesario tener una formación especializada para hacer radio amateur?
17. ¿Cree que cualquiera que quiere hacer radio se puede dedicar a la radio?
18. ¿Es necesario tener una voz bonita?

BLOQUE 3: CONTENIDO PÓDCAST

19. ¿Cómo fue tu primer acercamiento al mundo del pódcast?
20. ¿Cómo se ha ido integrando dicho formato en las actividades de la Radio UAL?
¿desde cuándo se viene haciendo?
21. ¿Hay programas de podcast que se realizan con cierta periodicidad? ¿qué tipo?
22. ¿Ha tenido buena acogida? ¿se ha implicado el profesorado? ¿de qué tipo de disciplinas? ¿y otros colectivos de la UAL como el PAS? ¿y los y las estudiantes?
23. ¿Cómo se realiza la difusión en redes? ¿tiene un papel importante
24. Hay autores que proponen el uso y creación de pódcast a toda la comunidad universitaria (docentes, alumnado y expertos) como recurso didáctico. ¿Cree que se está utilizando? ¿en qué tipo de universidades? ¿está teniendo buena acogida?
25. ¿Reciben estudiantes en prácticas en Radio UAL? ¿qué tipo de estudiantes?
26. ¿Realizan prácticas en Radio UAL con otro tipo de estudiantes? ¿qué tipo de prácticas?
27. ¿Cómo proceden para trabajar con los estudiantes el formato podcast?
28. ¿qué es necesario para trabajar el podcast como recurso educativo?
29. ¿Qué es lo más difícil a la hora de hacer un podcast con estudiantes?
30. ¿Qué es lo que más les gusta de hacer radio o grabar podcast?
31. ¿Conoces otras experiencias de trabajo con el podcast en el ámbito educativo o social en Almería.
32. Y en el ámbito educativo, ¿qué iniciativas se están llevando a cabo? ¿Cuáles te parecen más interesantes?

33. Y en el ámbito social, ¿qué iniciativas se están llevando a cabo? ¿Cuáles te parecen más interesantes?
34. Y fuera de Almería, ¿qué experiencias en el ámbito educativo o social te parecen más interesantes o novedosas?
35. Y fuera del ámbito educativo?
36. ¿Con qué recursos se debe contar para trabajar con el podcast en el ámbito educativo?

Si quiere añadir algo más...