



RAÚL TEROL  
ARIADNA FERNÁNDEZ  
NÀDIA ALONSO

## EL USO DEL EDUCASTING COMO RECURSO PEDAGÓGICO

# ¡Larga vida al pódcast!

Creado a partir de la suma de dos tecnologías complementarias como son el audio digital y la sindicación de contenidos, el pódcast apareció hace dos décadas, pero ha sido en el último lustro cuando ha conseguido el verdadero impulso.



### Palabras clave:

podcast, audio digital, recurso pedagógico, innovación educativa, aprendizaje activo.

La innovación educativa y el profesorado en búsqueda de nuevas herramientas para conectar con su alumnado y ayudar a transmitirles conocimientos y competencias es una constante en el mundo educativo, desde la educación infantil a la educación universitaria. Uno de los últimos actores en ser incorporado en las aulas como recurso pedagógico ha sido el pódcast.

El pódcast arranca en los albores del siglo XXI con la unión de la sindicación de contenidos o RSS y los ficheros de audio digital, eminentemente en formato MP3. La sindicación posibilita suscribirnos a un contenido y que este llegue directamente a nuestro dispositivo, sin necesidad de ir a buscar las actualizaciones. Los creadores de esta hibridación fueron Adam Curry, periodista y bloguero de la MTV, y Dave Winer, informático que desarrolló el RSS. Fue el 11 de enero de 2001, después de haber implementado la etiqueta *enclosure* al lenguaje XML con el que se programa el RSS, cuando se estrenó por primera vez la sindicación de un contenido sonoro, concretamente con una canción de Grateful Dead, en una de las entradas del blog *Scripting News*<sup>1</sup>.

A finales de ese mismo año, los medios de comunicación empezaron a hacerse eco de esta innovación tecnológica y, en 2004, en un artículo del periódico británico *The Guardian*, es Ben Hammersley<sup>2</sup> quien propone darle nombre a la revolución sonora que empezaba a abrirse paso. En su texto, el periodista analizaba algunos ejemplos de distribución periódica de archivos de audio sobre algún tema en concreto y a través de los blogs. Hammersley señaló como propuestas posibles los términos de *audioblogging* o *podcasting*. La particularidad de esta nueva tendencia residía en que permitía a la audiencia la posibilidad de escuchar los contenidos en cualquier lugar y en cualquier momento, dado que podrían descargarlos en los reproductores digitales portátiles, como el iPod, en los que podría haberse inspirado para pensar en el nombre con el que lo bautizó.

A España el primer pódcast llega en octubre de 2004 y lo hace de la mano del periodista José Antonio Gelado. Tras su paso por distintas cadenas de radio, con el título *Comunicando pódcast*<sup>3</sup>, su presentador se iniciaba en el *podcasting* tratando temas relacionados con la tecnología. Hasta ese entonces se trata de algo que se desconocía por com- ➤

### The use of educasting as a pedagogical resource LONG LIVE THE PODCAST!

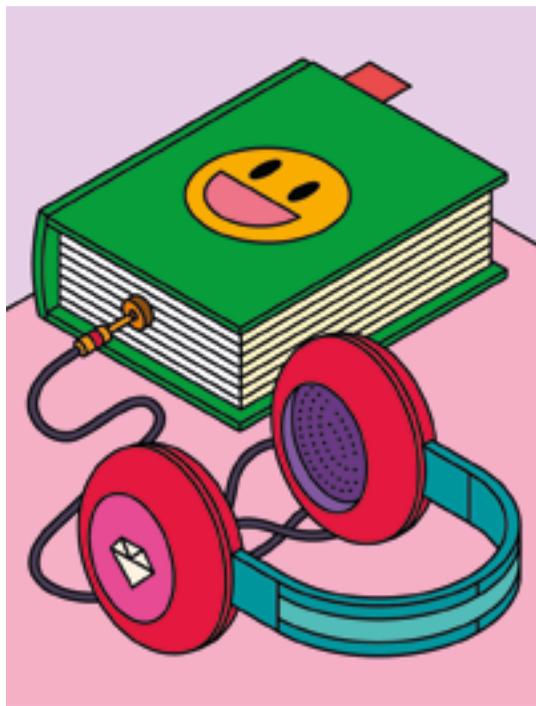
Created from the sum of two complementary technologies such as digital audio and content syndication, the podcast appeared two decades ago, but it has been in the last five years when it has achieved real momentum.

**Keywords:** podcast, digital audio, pedagogical resource, educational innovation, active learning.

<sup>1</sup> Disponible en: <http://scripting.com/2002/03/09/145152.html?title=gratefulDead>  
<sup>2</sup> Hammersley, B.: "Audible revolution"; en *The Guardian*, 12 de febrero de 2004. Disponible en: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>



# La introducción de un recurso sonoro en las asignaturas impulsa el espíritu creativo a lo largo del curso académico



3 Comunicando podcast. Disponible en: [https://www.ivoox.com/podcast-comunicando-podcast\\_sq\\_f1146\\_1.html](https://www.ivoox.com/podcast-comunicando-podcast_sq_f1146_1.html)

4 *Serial*. Disponible en: <https://serialpodcast.org/season-one>

5 El futurólogo Alvin Toffler acuñó el término prosumidor en el libro *The Third Wave (La tercera ola, 1980)*, cuando hizo predicciones sobre los roles de los productores y los consumidores, aunque ya se había referido al tema desde 1970 en su libro *Future Shock*.

6 Disponibles en: <https://educast.webs.upv.es>

pleto en nuestro país y que arrancaba con cierta timidez en Estados Unidos. Su primera prueba fue con un episodio piloto, de unos 54 segundos de duración, en el que buscaba comprobar que la sindicación de contenidos con el fichero de audio digital funcionase a la perfección.

En los más de veinte años de existencia del podcast, hemos encontrado diferentes puntos de inflexión que definen las etapas por las que ha atravesado en su corta existencia. El profesor Tiziano Bonini (2015) señala el año 2012 como uno de los momentos en los que se produce la emancipación de la radio pública de algunos podcast exitosos en Estados Unidos. El objetivo era conseguir mayor independencia a la hora de tratar los contenidos. En el aspecto económico, trataron de financiarse con las donaciones de la audiencia a través de las plataformas de micromecenazgo.

Pero si un lapso fue decisivo en la historia del podcast, fue el último trimestre de 2014, con la irrupción de *Serial*, de Sarah Koenig<sup>4</sup>, un podcast de *true crime* que experimenta el crecimiento de audiencia más rápido hasta el momento, llegando a las cinco millones de descargas en la plataforma de Apple, y duplicando el número de usuarios que habían escuchado un podcast en Estados Unidos durante el último mes. *Serial* puede considerarse el podcast que transformó esta tecnología de distribución y la convirtió en un medio de comunicación de masas. Con su llegada contribuyó a una visión de futuro más positiva y esperanzadora para el *podcasting*.

En la historia del podcast, M<sup>a</sup> Jesús Espinosa de los Monteros, directora de Prisa Audio, fija cuatro períodos por los que ha atravesado el podcast a lo largo de su vida. El primero, evidentemente, el de su génesis, desde los inicios de siglo hasta el año 2012. En este momento arranca la segunda fase, motivada por la aparición de Apple Podcast, en un principio integrada en la aplicación iTunes, que llegaba para simplificar y facilitar el proceso de distribución y escucha de los podcast, siendo mucho más fáciles de encontrar. Con el éxito de *Serial*, al que ya hemos hecho referencia, arrancaría la tercera etapa, en la que por primera vez se consigue una escucha masiva y despertar el interés de la audiencia. La cuarta fase es a la que Espinosa de los Monteros se refiere como *era de la audificación*, que se caracteriza por un mayor uso de la voz con el fin de conseguir una comunicación mucho más cálida y cercana. En esta fase destaca la decidida apuesta que hacen grandes empresas internacionales por el *podcasting* y en la que se multiplican las plataformas de podcast, su audiencia y un elevado crecimiento en lo que respecta a su producción.

La primera empresa que apostó de manera firme por este mercado fue Spotify, que desde 2019 lleva realizando operaciones que demuestran el marcado interés de la compañía sueca en el *podcasting* y en aumentar de manera nota-

ble la presencia de este formato en el catálogo de audio de la plataforma. Algunas de sus inversiones más destacadas han sido la compra de Anchor, una herramienta de creación de podcast, así como la de Gimlet Media, una productora de podcast, o la adquisición de Parcast, un estudio estadounidense de distribución de podcast. Detalles como estos, o el de la organización de varios eventos sociales a lo largo de distintos países de Europa, son algunas pistas de que su objetivo es convertirse en el Netflix del audio.

## Espíritu creativo en las aulas

Si observamos el uso de esta tecnología en las aulas, debemos señalar que, en el ámbito educativo, encontramos diferentes maneras de nombrar a los podcast, así como diferentes tipologías, según su finalidad, sus características y quién lo produzca. Existen numerosos ejemplos sobre cómo implementar el podcast educativo, o *educasting*, en cualquiera de los niveles formativos. Sus contenidos pueden adquirir un tinte radiofónico, abordando alguna temática en particular; una locución de noticias elaboradas previamente sobre algo que haya acontecido; entrevistas mediante las que aportar mayor información sobre la comunidad educativa; exposiciones prácticas o actividades que hayan sido realizadas por el alumnado; reflexiones personales o de grupo sobre temas de interés; debates; trabajos etnográficos; actividades prácticas sobre algún idioma; encuestas; narraciones de memoria personal; reseñas de libros; biografías de personajes relevantes, entre otras.

La introducción de un recurso sonoro como el podcast en las asignaturas impulsa el espíritu creativo a lo largo del curso académico. Entre los aspectos positivos que diferentes iniciativas han detectado destacan que facilita un ambiente de continuidad narrativa; humaniza la relación entre el usuario y la tecnología; favorece la atención y motiva a la acción; desarrolla procesos de identificación y de participación; refuerza la interacción y, por último, se puede utilizar para resaltar y personalizar la instrucción.

Además, el alumnado obtiene una serie de ventajas con la utilización del *educasting*. Algunas de estas ventajas son la implicación en el aprendizaje del alumnado y en su trabajo personal; la autogestión del tiempo y planificación de las tareas del estudiante; un aprendizaje guiado por el profesorado, ofreciendo indicaciones durante todo el proceso; una continuidad en el estudio, a través del hábito de escucha de este tipo de podcast; una mejora en la comprensión de los contenidos teóricos o una reducción de la preocupación del estudiante a la hora de preparar una prueba o examen para una asignatura.

El término *prosumidor*<sup>5</sup>, al que hace referencia Alvin Toffler (1980), identifica muy bien al tipo de alumnado que llena las aulas en nuestros días. Su rol se ha modificado, pudiendo pasar de ser un simple consumidor pasivo a asumir un papel dinámico. En la Escuela Politécnica Superior de Gandia, de la Universitat Politècnica de València, se ha implementado en los últimos cursos un proyecto de innovación y mejora educativa en el Grado de Comunicación Audiovisual basado en la generación de podcast educativos por parte del alumnado y bajo supervisión del docente responsable. Con el objetivo principal de favorecer el desarrollo de competencias específicas del Grado de Comunicación Audiovisual, así como de competencias transversales, se ha conseguido aumentar la implicación del alumnado en el proceso de enseñanza y aprendizaje a través del uso del podcast y se ha generado un repositorio de materiales teóricos en formato audio de las asignaturas que ya está disponible en la web<sup>6</sup>.

En definitiva, el podcast, como recurso pedagógico, puede resultar de gran relevancia en el contexto post-COVID actual. La tecnología ha convertido mucho más accesible y participativa la comunicación, propiciando la interacción entre profesor y alumnado y favoreciendo la distribución de contenidos teóricos en nuevos formatos más interactivos y atractivos. A esto se suma el fuerte cambio en el modelo educativo que se ha producido tras la pandemia y que ha supuesto implementar una formación a distancia o semipresencial que no se descarta que haya venido para quedarse. Todo ello fomenta la utilización de este recurso en la docencia, en cualquiera de sus niveles. Si entendemos el *educasting* como el podcast educativo, debemos pensar en ese recurso sonoro como un buen complemento docente, cuyo objetivo es guiar al alumnado en sus estudios, que puede incluso ser producido por ellos, con un formato de breve duración y que implique al alumnado como generador de contenidos. A nosotros solo nos cabe desearle, en el aula y fuera de ella, ¡larga vida al podcast!

## Bibliografía

Borges, F. (2009). *Podcasts: Aprender y enseñar con podcasts*. Barcelona, Editorial UOC.

Cebrián Herreros, M. (2008). *La radio en Internet: De la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires, La Crujía.

Gallego Pérez, J. I. (2010). *Podcasting: Nuevos modelos de distribución para los contenidos sonoros*. Barcelona, Editorial UOC.

Pedrero-Esteban, L. M. y García-Lastra, J. M. (eds.) (2019). *La transformación digital de la radio. Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Valencia, Editorial Tirant.

Sellas, T. (2011). *El podcasting. La revolución sonora*. Barcelona, Editorial UOC.

Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Bogotá, Plaza y Janés.