

CAPÍTULO XIII

EL PODCAST COMO HERRAMIENTA DE TRABAJO PARA LOS ESTUDIOS POR INTERNET (E-LEARNING)

Fernando Segundo Moya Hiniesta
Universidad de Sevilla

Resumen

El anglicismo e-learning, nos sitúa en una educación a distancia, “virtual”, utilizando las nuevas redes de comunicación y sus posibilidades. No es un fenómeno nuevo, pues esta distancialidad ya era empleada por la UNED, Universidad Nacional de Educación a Distancia, pues siguiendo los criterios de la Open University, y especialmente en la década de los 80, se servía de la emisora joven de Radio Nacional de España, Radio 3, para que los estudiantes siguieran las clases y pudieran establecer la “interactividad”.

Las transformaciones tecnológicas han posibilitado el aprendizaje a lo largo de la vida. Estos avances en el ámbito de la ciencia educativa y la globalización no solo están sirviendo a la educación, también en la esfera empresarial. Estudiantes y profesores tienen ahora nuevas experiencias comunicativas, flexibles y continuas, sin las limitaciones espacios temporales de las tradicionales enseñanzas regladas. El podcast es una de ellas, con la exportación de contenidos que pueden ser utilizados a conveniencia, en la organización más personal del tiempo de trabajo y estudio.

Palabras claves: podcast, e-learning, radio 2.0, radio 3.0, enseñanza virtual, interactividad.

1.Introduccion

Conviene en la definición propia del anglicismo e-learning, que se trata de una educación a distancia, “virtual”, en la medida que se utilizan las nuevas redes de comunicación, en concreto internet y sus posibilidades, correos, webs, foros, etc. Donde no va a existir presencia del docente, si bien en la actualidad hay alternancia entre la presencialidad y la no presencialidad. El uso de la enseñanza a distancia no es nada nuevo, ni siquiera en el uso de medios de comunicación implicados en ello, en nuestro país. Siguiendo los criterios de la Open University, la Educación a distancia en España, la UNED, ha venido valiéndose de las tecnologías al uso, para facilitar el aprendizaje. En los años 80, la “interactividad” de alumnado – profesorado se realizaba mediante el intermediario de la radio pública. Radio 3, de Radio Nacional de España, con las clases diarias en franja de tarde – noche. A lo que sucedieron las clases en inglés de TVE en su franja matinal. Sistema que aún siguen utilizando hoy algunas cadenas, implementadas por la comunicación en red.

2.Una nueva forma de comunicación

Desde el punto de vista de la sociología, las transformaciones tecnológicas han venido a facilitar la necesidad de aprender a lo largo de la vida. Junto a ello los avances en el ámbito de la ciencia educativa y la globalización, con nuevas posibilidades de empleo, los teletrabajos, oficinas virtuales o empresas globalizadas, con sede central y nuevos esquemas de organización, basadas en flexibilidad de estructuras, descentralización de decisiones y utilización intensiva de tecnologías informáticas y de telecomunicación (Boluda Manzanares, 1985) lo han facilitado. Jugando en ello un papel importante la comunicación empresarial en estas empresas virtuales, mediante la comunicación interna, evidentemente telemática. Pero ello, en el término educativo universitario, como veremos, no quiere decir que esté extendido, pese al uso masivo de internet y sus aplicaciones y posibilidades,

móviles, Ipad, MP3, MP4, etc. Con todo, los estudiantes y profesores “en línea”, tienen unas posibilidades de comunicarse y los discentes intercambiar informaciones con los compañeros sin las limitaciones espacio-temporales de las tradicionales enseñanzas regladas. Algunas actitudes evidencian las aptitudes para estas enseñanzas: capacidad de diseñar y programar lecciones interactivas; capacidad de adaptar temarios analógicos a los nuevos aprendizajes virtuales; capacidad de estimular trabajos en equipos a distancia; ser proactivos en la organización de nuevos temarios; capacidad de diseñar nuevos enfoques para las evaluaciones telemáticas; carácter emprendedor en la innovación tecnológica y social; actitud “coach” para el entrenamiento en las nuevas posibilidades de la enseñanza a distancia y por supuesto, como hecho previo, aprehender la filosofía de la educación virtual en la ascunción de la nueva sociedad telemática.

3.La educación virtual en las universidades

Por poner algún ejemplo de esta realidad en centros, podemos citar: La Univerisidad UNAM, Autónoma de México; La Universidad Interactiva y a Distancia del Estado de Guanajato y la

Universidad Virtual del mismo Estado (México); la UNIR, Universidad en Internet de México; la Universidad Personal, Universidad Europea, Laurente International Universities; la Universitat Oberta de Catalunya; Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED); Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA); Universidad Isabel I de Castilla y León; Universidad Católica de Avila; Universidad de Barcelona Virtual; UNIR de la Rioja; etc. En total más de 20 privadas y casi 20 publicas, contando entre estas las universidades públicas presenciales que organizan cursos on line. Por ejemplo la universidad de Sevilla (www.us.es 2015). El Centro de Formación Permanente con una amplia oferta formativa de cursos que abarca diferentes áreas de especialización, de gran contenido práctico, en el objetivo de que pueda seleccionar la acción formativa que mejor se adapte a las

necesidades y circunstancias personales. Con programas de Máster Propio, Diploma de Especialización, Cursos de Formación Continua y Cursos de Extensión Universitaria en modalidades presencial, semipresencial y on-line. La Universitat Oberta con sede en Barcelona, Madrid, México DF, Sevilla y Valencia tiene 50.000 estudiantes (www.uoc.es 2015)); y la UNED en sus 27 grados EEES, 49 Másteres universitarios, 44 programas de doctorados y más de 600 cursos de Formación Permanente, tiene 250.000 estudiantes, siendo la universidad de más estudiantes españolas, teniendo un Canal propio de radio, Radio Uned, Canal Uned, además de los sistemas audiovisuales (www.uned.es 2015).

4. El modelo 2.0

En este terreno de la radio, podemos decir que hemos pasado de un modelo de 2.0 a otro más participativo en los contenidos, por lo que podría hablarse de la “democratización de contenidos” (Ortiz Sobrino y López Vidales 2011). Debemos distinguir previamente en la web 2.0, la radio 2.0, “el término web 2.0 surge en 2004 durante una conferencia entre o’Reilly y Media Live International, en un brainstorming sobre la evolución futura de internet... se refiere a una nueva generación de sitios webs (blogs, wikis y redes sociales) basados en la creación de páginas con contenidos compartidos y producidos por los propios usuarios. Es una red de lectura y escritura y es social... la llamada radio 2.0 consiste, fundamentalmente en crear archivos de sonidos y distribuirlos de forma que un usuario pueda descargarlo y escucharlo cuando quiera en

5. Aula Abierta y Emprenred dos ejemplos de Podcast como transferencia y docencia

Ambos programas de radio, elaborados en la Facultad de Comunicación de Sevilla, bajo una dirección docente y como prácticas profesionales de los alumnos, son materiales docentes, además

de ser emitidos en medios de comunicación con carácter continuado. Se archivan, en el caso de Aula Abierta en la biblioteca de la Facultad, guiones y programas.

5.1

Se emite desde el inicio durante dos horas semanales, dedicándose a **contenidos universitarios abierto a la sociedad**. Cosechando desde entonces 400 programas de emisión ininterrumpidas y 800 horas de radio, dedicadas a las universidades andaluzas, sin contar las redifusiones semanales. La mecánica del programa se inicia en mesa de redacción a principios de semana, para la selección de contenidos. Continuando el viernes en la redacción de Servicios Informativos del Centro, anterior a la grabación del mismo. El programa consiguió un nuevo estudio para las emisiones radiofónicas, patrocinado por Fundación Cruzcampo, Fundación Caja Rural, Plan Propio de Docencia, Grupo 1, y los propios alumnos de Aula Abierta, con fondos de sus premios. Se nombra anualmente Director, subdirector y responsable de informativos, además de responsables de las diferentes secciones. Cuenta con una dirección técnica, a través del actual responsable de medios audiovisuales del centro, José Luís Fernández. En el curso actual estas responsabilidades principales recaen en los alumnos José Pedro Botella, Carolina Rojas y Verónica Herrera. Siguiendo la Declaración de la Sorbona (1998), de Bolonia (1999) y de la Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo (2 de abril de 2009), de modernización de las universidades, el programa se ha centrado en la “empleabilidad y la innovación como desafío que se deben abordar.... y la mejor inserción de los titulados al mercado laboral”. Actualmente se sigue emitiendo a través de **Canal Sur Radio (Radio Andalucía Información)** por el prestigio y calidad logrado en el trabajo de los alumnos que compaginan sus estudios con la conexión profesional y la difusión social. La conexión del mundo universitario con la sociedad, la necesidad de vinculación con la realidad profesional y el mundo de la empresa supone para Aula Abierta, una oportunidad única de vincular el mundo académico,

docente, discente y administrativo, desde sus orientaciones y trabajos prácticos, con un medio de comunicación.

Aula Abierta es la única experiencia continuada y directa de la Facultad, en la formación de profesionales de la Comunicación, supone *TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO*, de los estudiantes, durante su etapa de estudios a la sociedad, a través de un medio de comunicación público. Los alumnos reciben tres modelos de prácticas: de Facultad, de asignatura y curriculares empresariales. Ha obtenido en dos ocasiones los Premios 28 f, que otorgó el Parlamento y el Consejo Asesor de RTVE; Mención Especial en el Andalucía de Periodismo, otorgado por Presidencia de Gobierno y un Premio Nacional de Periodismo "Ciudad de Guadix". Cuenta con un blog, <https://aulaabierta.wordpress.com/>, con un Comité Académico y donde se vuelcan los contenidos del programa. Además en Podcast pueden seguirse sus emisiones a través de www.canalsurradio.es/ radio a la carta / programas de radio / de la a a la z / aula abierta.

El programa se despide anualmente con la entrega de Premios Universitarios en sus diferentes modalidades en relación a las secciones, que ha obtenido gran notoriedad en ambientes educativos y comunicativos. En las tres últimas ediciones, se han entregado los premios a iniciativas emprendedoras a: M2M Market Place, Spin Off de la universidad de Sevilla, empresa de base tecnológica, dedicada la valor de lo intangible; a PAST VIEV, viaje en el tiempo para conocer la ciudad de Sevilla; WINDINERTHIA ENERGIA, empresa de carácter tecnológico en el ámbito de la energía y tecnologías electrónicas, (premio en colaboración con el Vicerrectorado de Transferencia Tecnológica) y VITAL SIGNS, dispositivo para ver en tiempo real la actividad cardiaca. Han pasado por la sección entre otros muchos proyectos emprendedores: el Concurso de Emprendimiento GSEA; AVATAR, terapias alternativas; nueva Cerveza 100% artesanal XELA; Escuela profesional de baile Danza Duarte; SECMOTIC, Innovation, empresa de I+D+I, que utiliza la ingeniería para soluciones de manera creativa; Cienciaterapia; Revista Digital 5 w; APP Lexpire; Seminario Emprendimiento e Innovación de la US;

FLOQQ, mayor buscador de formación de videos en España; nueva línea de ropa THREEW; plataforma de empleo con video-curriculum, VIDEUM VITAE; diseño creativo LOS AHORAS; proyecto en acción, 2.0, MIARMAPA; tratamiento de patologías cerebrales y psicológicas, ISBITECH; consultoría I+D+i, para el desarrollo de productos a medida METRICA6; orientación del camino académico y profesional, WORDINSIDE; primera fábrica de cerveza con denominación gaditana, MAIER; decoración de interiores MIS PAREDES; creación de decorados y atrezzo para carnavales, RAS ARTESANOS; cooperativa LA ORTIGA, de productos ecológicos; Diario Digital de Deporte Femenino, ATENEAS; INENPRENDE, ayudas al emprendedor de Heineken; GAMO ESTUDIO creativo; empresas participantes en los dos últimos cursos y un largo etc..Cuenta con un blog, “periódico on line audiovisual” con un Comité académico de prestigio, formado por los profesores Ramón Reig García y Manuel Angel Vázquez Medel, además del director docente.

5.2

El programa Emprenred es un proyecto radiofónico, que se emite en su tercera temporada. Dedicado al emprendimiento, con especial atención a proyectos innovadores universitarios y de jóvenes proyectos que están alcanzando éxito empresarial y social, así como a emprendedores culturales y sociales. Es una plataforma de dar a conocer iniciativas emprendedoras en base al estudio de aquellas que desarrollan nuevas actividades innovadoras, según recoge el Convenio del Rectorado de la Universidad de Sevilla y EMA RTV, “Onda Local de Andalucía”. Surge del espacio, "jóvenes emprendedores" de Aula Abierta, en la consideración por parte de los Grupos de Investigación participantes, de la necesidad de realizar proyectos de investigación, sobre las iniciativas emprendedoras. Lo presentan alumnos de la Facultad de Comunicación, bajo la dirección de la alumna de periodismo Marina Moreno.

El proyecto radiofónico está amparado por dos Grupos de Investigación de la hispalense, “Géneros Audiovisuales e Imágenes” de

la Facultad de Comunicación, y de “Turismo y Finanzas” de la Facultad de Finanzas y Turismo, además de la colaboración de M2M Market Place, Spin off de la universidad de Sevilla. El creador, Director Docente y responsable de la dirección científica y técnica es el firmante, profesor Fernando Segundo Moya Hiniesta. Emprenred se sitúa en las redes sociales y cuenta con un blog propio, www.radiemprenred.com, que pone en marcha inicialmente la alumna Nuria Sánchez, donde se vuelcan contenidos y programas, El Blog, periódico On line, cuenta con un Comité Académico que encabeza el profesor Manuel Ángel Vázquez Medel, junto a los miembros del equipo de investigación “géneros audiovisuales e imágenes”: Pastora Moreno Espinosa, Miguel Bobo Márquez. M^a Teresa Rojo López, Ana M^a Cortijo Sánchez, Juan Alberto Román Benticuaga y el director científico. Emprenred obtuvo el curso 2013 - 2014 el Premio Transferencia de Conocimiento, del Vicerrectorado de Transferencia Tecnológica, que le fue entregado en el transcurso de los Premios Universitarios del programa “Aula Abierta”. Se emite actualmente los martes de 17,00 horas a 18,00 horas, en la red de emisoras de la “Onda Local de Andalucía”. En el curso 2014 - 2015, ha recibido un Accésit en la I Edición de Medios de Comunicación Audiovisuales que otorga la Presidencia de la Junta. El programa supone prácticas empresariales curriculares y de facultad para los alumnos de la Facultad de Comunicación.

En la exposición del Convenio, firmado por el Rector de la Universidad de Sevilla y la Dirección de EMA RTV, se especifica:

PRIMERO.- Que la US. posee, entre otros, como objetivos básicos, según su Estatuto, la docencia, estudio e investigación, así como la generación, desarrollo y difusión del conocimiento con especial atención a la Comunidad Autónoma de Andalucía, y que actualmente el Grupo de Investigación "Géneros Audiovisuales e Imágenes", de la Universidad de Sevilla que dirige la Doctora Pastora Moreno Espinosa, trabaja en el desarrollo del proyecto relacionado con el objeto de este Convenio, como es la puesta en

marcha del proyecto radiofónico "Emprenred". Para ello contarán con el Grupo de Investigación "Finanzas y Turismo", que dirige el Dr. Félix Jiménez Naharro.

SEGUNDO.- En virtud de cuanto antecede, ambas partes acuerdan materializar su colaboración mediante la firma del presente Convenio y de acuerdo con lo siguiente: la emisión del proyecto "Emprenred" durante el periodo lectivo, dedicado a favorecer y dar a conocer iniciativas emprendedoras, en base al estudio de aquellas que desarrollen nuevas actividades innovadoras. Estas serán desarrolladas por el Grupo de Investigación "Géneros Audiovisuales e Imágenes". Encargándose el grupo de Investigación "Finanzas y Turismo" de dar valor a las actividades emprendedoras mediante la puesta en marcha de un entorno en red para la conexión de dichas iniciativas con su viabilidad empresarial y económica"....

En las CLAUSULAS se contempla la responsabilidad de los trabajos. Así la SEGUNDA, refiere, "... El responsable coordinador de EMA RTV (Onda Local de Andalucía) será responsable de la emisión y supervisión técnica de los trabajos, quedando la dirección y coordinación de los contenidos de los trabajos que se realicen en base al presente Convenio, bajo las directrices de los Grupos de Investigación y del Director del proyecto que se desarrollará de acuerdo con las especificaciones previstas en el Anexo I. La Dirección Científica y Técnica de los trabajos corresponde al profesor D. Fernando Segundo Moya Hiniesta, del Departamento de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Sevilla. El equipo de trabajo estará integrado por la persona responsable de la dirección científica y técnica de los trabajos y por los profesores D^a Pastora Moreno Espinosa, D. Félix Jiménez Naharro y D. Ismael Santiago Moreno".

En el ANEXO I, referido a las tareas necesarias para el cumplimiento del Convenio se entiende que:

1.- Por parte de los Grupos de Investigación se contará tanto con alumnos que soliciten estar en el proyecto, posibilitándoles Prácticas Empresariales, como por aquellos alumnos que

coordinados por dichos Grupos se incorporen al proyecto como simples trabajos prácticos.

2.- Los Grupos de Investigación se responsabilizarán de los alumnos de cada Centro, siendo el responsable máximo el Director Científico Técnico.

3.- Las labores a desarrollar se atenderán con arreglo a los siguientes trabajos de difusión: emprendedores culturales, emprendedores sociales, emprendedores de éxito, talento innovador así como a dar información de iniciativas innovadoras y emprendedoras...

6.- El Director del Proyecto velará cada semana por el contenido de los trabajos mediante reunión de coordinación, con el Director Alumno y el resto del equipo de trabajo, en la que se decidirá a modo de "mesa de redacción" los trabajos divulgativos semanales.

EJEMPLOS DE DIFUSION:

Citemos solo algunos de los temas tratados, a modo de ejemplo, en los dos últimos cursos:

Apenkey (Sevilla): Llaves y cerraduras electrónicas de alta seguridad. Iniciativa de la Universidad de Sevilla y el CSIC. Premio a la mejor idea de negocio en la IX edición del Concurso de Iniciativas Empresariales de la Universidad de Sevilla. **Ooh Virtual (Málaga):** Realidad virtual aplicada a diferentes sectores laborales, sanitarios y de ocio. Tecnología enfocada a su uso en arquitectura, psicología, espectáculos de animación y eventos variados. Tratamiento de fobias (miedo a las alturas, a los insectos o a lugares cerrados) y tratamiento de daño cerebral adquirido. **Grammata (Granada):** Empresa dedicada a venta de libros electrónicos (Papyre) y distribución de contenidos de alfabetización. Líder en su sector tanto en España como en Latinoamérica. Catálogo de casi 70.000 libros digitales. **Inndabox (Málaga/Sevilla):** Proyecto que une restauración, arte, moda,

teatro y música en una experiencia gastronómica única. Aplicación del concepto de *street food*, comida callejera con calidad gourmet. Montaje de espacios temporales donde un cocinero prueba sus ideas culinarias y comprueba la acogida de los clientes. **Sociack (Sevilla):** Medición de emociones en redes sociales. Analítica de estados de opinión a gran escala en redes sociales a través de internet. **Ciclogreen (Sevilla):** Promoción de la movilidad sostenible. Grandes descuentos en comercios locales o de internet para quienes usan la bicicleta o salen a correr o a patinar, o incluso a andar. **Youfeelm (Sevilla):** Democracia llevada al cine. Proyección de películas bajo demanda en cines locales, donde los usuarios pueden sugerir cintas a la empresa para que esta se encargue de organizar una proyección en un cine determinado. **Wuolah (Sevilla):** Plataforma para compartir y descargar apuntes con publicidad integrada que reporta beneficios económicos a quien los comparte. **Createc 3D (Granada):** Talleres de formación y aprendizaje en el manejo de impresoras 3D. También enseñan a fabricarlas y actúan como plataforma de lanzamiento para startups. **Thinking Heads (Cádiz):** Agencia de conferenciantes líder a nivel nacional y que presta servicios a nivel mundial, especialmente en Europa y Latinoamérica. Cartera de casi 350 personalidades españolas e internacionales del mundo de la política, la empresa, la cultura, el deporte, la publicidad, la ciencia o el periodismo. **Past View (Sevilla):** Combinación de turismo e historia. Empresa que invita a pasear por la Sevilla del siglo XVI a través de unas gafas virtuales que introducen al turista a moverse por la ciudad observando el entorno de 500 años atrás. **Realtrack Systems (Almería):** Empresa enfocada al desarrollo y mejora de la actividad física y el rendimiento deportivo a través de la tecnología. **SurSideStory (Sevilla):** Punto de encuentro entre andaluces y viajeros para dejar atrás el turismo meramente contemplativo y convertir una visita a Andalucía en una verdadera experiencia en la que se pueden llevar a cabo actividades tan diversas como trabajar en una salina, montar a caballo o aprender a bailar flamenco. **Smartick (Málaga):** Método de aprendizaje de matemáticas para ayudar a niños de entre 4 y 14 años a mejorar sus resultados

en la materia. **Ironhack (Málaga):** Plataforma de programación y desarrollo web enfocada de manera especial a la formación y la búsqueda de empleo y emprendimiento. **Miguel Ángel Cabrero (Granada):** Catedrático de física multipremiado por su innovación en la enseñanza de esta materia. Primer premio europeo de física en 2002 por su asignatura 'Física recreativa' y premio de la Real Sociedad Española de Física. **Agudiza el Ingenio (Sevilla):** Agencia de publicidad íntegramente fundada y gestionada por mujeres. Tienda propia de moda y complementos. **Jumping to Fame (Sevilla):** Plataforma de lanzamiento y publicidad de artistas principiantes y anónimos votados por el público que pertenece a su propia red social. Magos, cantantes, bailarines, humoristas, etcétera. **Métrica6 (Granada):** Empresa creadora del sistema de ahorro de agua Ness, consistente en reutilizar el agua fría que dejamos correr en el grifo mientras esperamos agua caliente. **Mundrop (Granada):** Empresa de animación tridimensional para la creación de historias y anuncios virtuales. También realizan invitaciones de boda virtuales. **Antonio P. Marrugat (Córdoba):** Dibujante y caricaturista creador de un estilo llamado pixelcatura. Ganador de numerosos premios a nivel nacional e internacional. Colaborador de vario medios de comunicación escritos. **Nucleus Info (Sevilla):** Plataforma para periodistas y lectores. Posibilidad de crear un periódico a la carta eligiendo los autores preferidos y pagando por artículo leído. **In-Quietos (Sevilla):** Joven agencia de publicidad formada por estudiantes de la Facultad de Comunicación de Sevilla. Ganadora de la última edición del certamen 'De la clase a la cuenta'. **Hard to Find Vinyl (Sevilla):** Mercado del vinilo y la edición musical enfocado especialmente a la autoedición de artistas y a los sellos discográficos. **Stimulus (Jaén):** Aplicación de estimulación cognitiva especialmente pensada para tratar a pacientes con capacidad cerebral en riesgo. Una de las iniciativas del acelerador de la Junta de Andalucía 'Mínerva', que gestiona startups tecnológicas. Empresa, "**Mi poesía en tu pared**", dedicado a comercializar textos de autores de literatura y musicales. **Javier Delgado**, investigación para el tratamiento de la obesidad a través de dieta mediterránea, y otras

enfermedades como la diabetes y cardiovasculares, con programas a través del móvil. **Estraperlo**, taller de cocina y tienda ecológica. **Manuel Angel Cabeza**, reciclaje con escorias de la mina de Riotinto, para esculturas. **Fitness Manager Index**, innovadora plataforma virtual de gestión para empresas deportivas. **Tandem**, asociación para el emprendimiento social, y mejora de la capacidad intelectual de discapacitados. **GCG Consultores**, dedicada a la organización, comunicación comercial y servicios de apoyo a la gestión empresarial. **Circolab**, laboratorio de experimentación educativa - tecnológica itinerante. **Angeles Malagueños de la Noche**, emprendedores sociales dedicados a la alimentación de necesitados. **Pedro Kahos**, humor gráfico y caricaturas. **SPADE**, plataforma de adquisición de datos mediante sensores inalámbricos, creada por estudiantes de ingeniería. **Práxedes Nieto**, compañía el Carromato, e iniciación al lenguaje del clown. **Equipo Arus**, estudiantes de la US, creadores de equipos de coche de competición para la prestigios Formula Student.

Ambos proyectos están en las redes sociales a través de tuenti, facebook y twitter.

6. El modelo 3.0

En el contexto de la radio 3.0 se diversifican los nuevos contenidos y formas de distribución, con una interactividad en aumento, permitiendo nuevas formas de negocio radiofónico lo que ha de llevar parejo transformaciones en el sistemas de producción, distribución, de negocios al fin, y de adaptación de normativas legales y de medición de audiencias. “Internet y las redes sociales se han configurado como escenarios idóneos para la personalización de la escucha, la interactividad, y por tanto para la democratización de contenidos” (Ortiz Sobrino 2011) superadas las barreras del límite del espectro radioeléctrico, enriquecida la oferta de formatos de programas convencionales... la radio de este tercer milenio es un medio convergente y multiplataforma que ha sufrido lo que algunos autores (López Peñafiel 2011) han

denominado mediamorfosis”. Ortiz Sobrino, en este horizonte considera que hay que resolver el panorama de radios culturales y las de carácter educativo o universitarias para evitar las “condiciones draconianas” que la Ley General Audiovisual imponen a las denominadas “culturales” en coberturas y presupuestos de explotación y publicidad, que las hacen “prácticamente inviables”. Para entender la alianza radiofónica e internet, son interesantes los trabajos de Carmen Peñafiel (2011), “25 años de radio autonómica: un modelo de radiodifusión identitario y estable” y de Patricia González (2011), “La radio en internet: las webs de las cadenas tradicionales”, este último con un análisis de los contenidos navegables.

7. Cambios operativos

Se hace pertinente aludir al cambio operativo que parece obvio en estas nuevas circunstancias tecnológicas, así Martínez Costa (2011) entiende que en la colaboración de redacciones multimedia se rompe la estructura de secciones jerarquizadas tradicionales, dejando de ser la forma de distribuir el trabajo vertical para ser “flexible, abierta y permeable... el producto radiofónico cambia. Se produce para plataformas con diferentes lenguajes, ritmos de edición y actualización, y formas de interactuar con la audiencia. Se requieren para ello nuevas destrezas profesionales y flexibilidad para acomodar las rutinas profesionales a entornos de producción abiertos siempre a nuevas aportaciones”. Respecto a la adaptación a modelos educativos, Caldevilla Domínguez (2011), las web 2.0 son modelos de culturas participativas mediante un intercambio de información entre iguales sea cual sea la plataforma que se utilice, redes sociales, bitácoras o enlaces entre pares o P2P. En este sentido como reto entiende: el “aprendizaje de los recursos que se pueden obtener a través de la apertura de las instituciones educativas al universo de las comunicaciones entre iguales”. En una línea parecida, Gertrudix Barrio y García García (2011) consideran que “la colectivización de la creatividad y de la gestión compartida del

conocimiento; la nueva web abre ventanas a una frenética actividad de creación participada; en cierta medida se convierte en una academia digital que erige textos por yuxtaposición, a veces por pura sedimentación, es cierto, pero que alumbra, sin ningún género de duda, una manera distinta de concebir tanto los procesos de concebir tanto los procesos de construcción como de gestión de la información”. Una multimedialidad simultánea de diversos medios, imágenes, sonidos y textos, de forma combinatoria. Una red social poblada de voces múltiples y diversas, merced a una “suma integrada, polimorfa y descentralizada, abierta y comunitaria de discursos sonoros que conforman un magma irreductible de información en el que la sustancia de lo audible es esencial”. Una internet más masiva y rápida, aunque más segmentada y personalizada, mayores contenidos audiovisuales de procedencia múltiples, “en el que el escenario de los contenidos no puede entenderse ya sin la aportación de los *consumer – generated content*”.

8. Estudios sobre usos de Podcast y otras herramientas y hábitos de consumo

Llegados a este punto y centrándonos en las potencialidades, pues de los podcast como herramienta educativa en la enseñanza universitaria, una vez asentadas las utilidades, merece dedicar unas líneas a los hábitos en internet, los usos y diríamos los abusos. Un estudio de Piñero – Otero y Costa Sánchez (2011) para comprobar el estímulo del aprendizaje por estos medios y entendiendo la creciente implantación de dispositivos móviles (iPod, MP3, PDA, Smartphones, etc.), se analizaron 189 individuos, una muestra de alumnos aleatorios de comunicación audiovisual de la universidad de La Coruña. El cuestionario preguntaba acerca de siete apartados: datos personales, equipamientos TICs, acceso y uso de internet, presencia en la red, acceso y uso de los dispositivos móviles, uso de podcast y con un perfil mayoritario de mujeres (62,43%) sobre hombres. Los datos indicaron que el alumnado cuenta con un importante equipamiento tecnológico

desde el punto de vista informático y telefonía móvil como de diferentes dispositivos inalámbricos (iPod, MP3, MP4, PDA, PSP, etc.). Todos los alumnos disponían, de al menos, un ordenador personal. Existiendo un 34% de encuestados que tenía dos ordenadores personales y un 4%, tres. Los alumnos en un 98% de los casos afirmaron conectarse a internet a diario, el 2% restante entre dos y tres días a la semana. Ahora bien el desarrollo de actividades está relacionada en un 82% de casos con el ámbito personal Lo que supone **que solo un 8% de los sujetos utilizan la red para cuestiones relativas al estudio o al trabajo**, y otro 19% compaginan ambos usos (personal y trabajo). Estos estudios vienen a coincidir con otros relativos al uso de dispositivos electrónicos de los jóvenes. Un estudio realizado por BUPA (2010), revelaba que un 72% de la población conectada a internet lo hacía para informarse acerca de la salud. Otro estudio de la Fundación BBVA (2011) sobre 18.000 universitarios de Alemania, Francia, Italia, Reino Unido y España, revela que junto a Italia nuestros universitarios ocupan el índice más bajo en lectura, si bien ganamos en asistencia a conciertos y museos. Otro informe del Instituto de la Juventud, (2011) nos añade que uno de cada tres españoles de entre 15 y 29 años no lee libros y los que lo hacen, solo consumen entre 5 y 6 por año. Relacionando hábitos de lectura de la población universitaria con el ocio: escuchar música, acudir a bares o ver la televisión supera a leer libros o revistas, según una investigación del ministerio de sanidad y política social. La lectura es un hábito muy minoritario, ocupando los últimos lugares en fines de semana, por debajo incluso de sustancias adictivas. Un estudio del Barómetro Andaluz de Cultura, (2013) (realizado por el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía, revela que ver la televisión es el principal hábito cultural de los andaluces, un 74,8%, casi el triple que leer. Escuchar música sería el segundo hábito. Los fines de semana la televisión, la música y la lectura, dejan paso a hábitos de carácter familiar y social. El porcentaje alto del consumo televisivo es consecuente, con el nuevo récord de horas ante la televisión de los españoles, que subió en 2012 (Kantar Media) a algo más de cuatro horas diarias, contra lo que los arúspices, o adivinadores audiovisuales, del

consumo televisivo, indicaban que se había llegado al límite al superar las tres horas. Claro, que entonces no se esperaba la crisis. Obviamente los hábitos que implican gastos: ir al cine, comprar discos, ir a conciertos o teatro se ha reducido, lo que es asimismo consecuente con los datos de la SGAE, Sociedad General de Autores, en estos consumos (2013). Un informe del BBVA, respecto a los jóvenes, en Alemania, Italia, Reino Unido y España, revelaba que junto a Italia, nuestros universitarios ocupan el índice más bajo en lectura, si bien ganamos en asistencia a conciertos y museos.

Escuchar música, acudir a bares o ver la televisión supera a leer libros o revistas, según una investigación del ministerio de sanidad.

Aunque la apreciación de los andaluces es que nuestro nivel es más bajo que en la UE, un informe PISA, Programa Internacional sobre la Evaluación de los Estudiantes, (2013) indica que los hábitos de lectura, no se resienten merced a leer correos, noticias on line, chatear o buscar información en red. Otro informe de PISA (2012) revela que sobre quinientos diez mil alumnos evaluados, veinticinco mil en España, sesenta y cinco países en total y treinta y cuatro de la OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo, con resultados desiguales para nuestras Comunidades Autónomas. Ocupamos el puesto veintiuno en Ciencias, veintitrés en Lectura y veinticinco en Matemáticas a nivel estatal, de esos treinta y cuatro países. Madrid, en comprensión lectora; Castilla León en Ciencias; Navarra en rendimiento matemático, superan a algunos países considerados punteros. País Vasco, la Rioja, Asturias y Aragón superan a la media en matemáticas, situándose a la cola Andalucía, Extremadura, Baleares y Murcia. Diferentes analistas han señalado las diferencias socioeconómicas como causa de esas distancias entre regiones. Sorprende que entre los países a la cabeza, Japón y Corea, se sitúe Finlandia con solo tres reformas educativas desde mil novecientos veintiuno. Pacto de Estado por la educación, en nuestro país parece sugerirse. La empresa de Telecomunicaciones Tuenti Móvil publicó un estudio de IPSOS (2014) “sobre los hábitos de uso y conexión

a internet en el móvil entre los jóvenes” entre 16 y 35 años revela que del 94% de jóvenes con móvil, el 84% se conecta por él a internet. Un 62% lo usa para sacar fotos mejor que con una cámara. El estudio afirma que el 55% usan el móvil para ligar, que un 21% liga a través de redes sociales y un 53% mediante mensajería instantánea. Un 40% lo hace para estudiar, aunque un 56% en horario lectivo. En consecuencia el 72% considera que no debe estar prohibido llevar móvil en clase. En un sentido más positivo, un estudio de la Universidad de Valladolid (2014) considera que más de la mitad de los alumnos utiliza habitualmente el móvil para estudiar, un dieciocho por ciento el tablet y tan solo el nueve por ciento el libro electrónico. El estudio aunque limitado en la población de estudio a la escuela de informática, persigue el desarrollo de una metodología del uso de dispositivos móviles en clase. Ya son muchas las aplicaciones educativas, siendo después de los juegos el sector que más aplicaciones tiene, muy variadas: desde estudiar idiomas, ejercer habilidades, pasar apuntes o aprender el campo semántico de las palabras, lo que ha auspiciado el interés editorial educativo de importantes empresas. Un buen presagio, de esa necesidad tantas veces reivindicadas, solo en tiempos recientes, de la sinergia entre universidad y empresa, al fin de una universidad moderna abierta a la sociedad y la solución de sus problemas.

9. Conclusiones

El uso de la educación a distancia “virtual” no es un fenómeno nuevo, entronca en nuestro país con la utilización de medios audiovisuales por parte de la UNED, y en especial sus retransmisiones por Radio 3 de Radio Nacional de España. Siguiendo con estos antecedentes, las transformaciones tecnológicas han permitido la mayor potencialidad de la “virtualidad” y sobre todo de la interactividad. La enseñanza en línea, el e-learning, permite una comunicación más fluida y continua, para discentes con docentes y viceversa, pero asimismo con los

discentes entre sí. De manera que se salvan las limitaciones espaciotemporales de las enseñanzas tradicionales.

Además, las nuevas herramientas, Ipad, MP3, MP4, y otras suponen nuevos esquemas de organización, y descentralización de decisiones (Boluda Manzanares, 1985). Todo ello viene a evidenciar nuevas formas de programar las enseñanzas, merced a la interactividad y de aprender a trabajar en equipo en distancia.

Los sistemas 2.0, permiten trabajos más horizontales, flexibles y abiertos, de manera que se formulan nuevas formas menos jerarquizadas. En los podcasts se permite reorganizar los tiempos educativos personalizándolos, además de conseguirse unos modelos de cultura participativa, abierto a nuevas aportaciones (Caldevilla Dominguez, 2011), y una multimedialidad simultánea de medios.

A pesar de estas posibilidades, la realidad dista mucho del uso de estas potencialidades en cuanto a la aplicación. Un claro ejemplo, más allá de lo anecdótico, lo supone el estudio publicado por Tuenti móvil basado en IPSOS 2014, por el que el 55% de jóvenes entre 16 y 35 años, usa el móvil para ligar.

Los ejemplos de Aula Abierta (Fcom – Canal Sur Radio – RAI) y el de Emprenred, convenio del Rectorado de la Universidad de Sevilla con la red EMA RTV, son una muestra de las posibilidades de los podcast, para seguir los audios e imágenes relacionadas con ambos programas, en tiempos personalizados y favorecer la interactividad, a través de sus blogs y enlaces con las redes sociales. Además de ser unas buenas herramientas de aprendizaje, simultaneándolos con los archivos de la biblioteca de la Facultad y los guiones de de sus contenidos.

10. Referencias bibliográficas

- Boluda Manzanares, Francisco (1996), “La Comunicación en la Empresa Virtual”. Telos, Fundesco, Madrid 1996, nº 111.
- Caldevilla Domínguez, David, (2011) “Radio por Internet; los Creativ Commons como eje vertebrador. “Una nueva Radio para una nueva era. La democratización de contenidos. Ed. Fraguas. Madrid 2011. 1ª edición.
- Consumo televisivo en España. Kantar Media 2012.
- Estudio Internacional BBVA sobre universitarios 2011. Sala de Prensa BBVA.
- Estudio Internacional BUPA Health Pulse 2010.
- Gertrudix Barrios, Manuel y García García, Francisco (2011), “Topografía de los servicios sonoros en la Red Social”, “Una nueva Radio para una nueva era, La democratización de contenidos, Ed. Fraguas. Madrid 2011. 1ª edición.
- Informe de la Juventud en España 2011. INJUVE.
- Informe Pisa 2012. Hábitos de lectura.
- Instituto de Estudios Sociales Avanzados, IESA, Barómetro Andaluz de Cultura. Hábitos culturales de los andaluces. 2013.
- López Vidales, Nereida (2011), “La Radio se transforma: Nuevas Tecnologías, nuevos hábitos de consumo y nuevos perfiles para el medio más cercano”, Ibidem anterior.
- López y Peñafiel (2011), citado por Ortiz Sobrino, Ibidem.
- Martínez Acosta, Mª del Pilar (2011), “La nueva organización de la producción”, “Radio 3.0, Una nueva radio para una nueva era”, Ed. Fraguas, Madrid 2011. 1ª edición.
- Ortiz Sobrino, M.A, (2011) “La Radio española en el umbral de las web 3.0”, “Radio 3.0. Una nueva Radio para una nueva era, La democratización de contenidos, Ed. Fraguas, Madrid 2011, 1ª edición.
- Ortiz Sobrino, Miguel Angel y López Vidales, Nereida (2011). Coordinadores de “Radio 3.0 “Una nueva radio para una nueva era, La democratización de contenidos”. Ed. Fragua, Madrid 2011. 1ª edición.
- Peñafiel Saiz, Carmen (2011), “25 años de radio autonómica: un modelo identitario”, y González Aldea, Patricia. “La radio en internet: las webs de las cadenas analógicas”. “Una nueva Radio para una nueva era. La democratización de contenidos. Ed. Fraguas. Madrid 2011. 1ª edición.

- Piñeiro Otero, Carmen y Costa Sánchez, Carmen (2011), “Potencialidades del Podcast como herramienta educativa para la enseñanza universitaria”. Universidad de la Coruña 2011, etic@net, año 9, nº 11.
- SGAE 2012. Anuario de las Artes Escénicas.
- www.canalsurradio.es – radio a la carta – de la A a la Z – Aula Abierta.
- www.cfp.us.es 2015
- www.lavozdegalicia.es> sociedad. 03-12-2013.
- www.europapress.es/.../noticia-mitad-alumnos-utiliza-movil-estudiar. 27-05-2013.
- www.ipsos.es/otrasnews-2014-01-03. Publicado por Tuenti Móvil.
- www.uned.es. 2015
- www.uoc.es. 2015