

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA
Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Trabajo Integrador Final
Podcast-Igualdad

Hacer radio en la escuela, produciendo podcasts con las netbooks de Conectar-Igualdad

Estudiantes:

Fernando C. FARIAS PENIN

Legajo: 17733/4

fernandofarias1@gmail.com

Federico L. SARTORI

Legajo: 13820/4

federicosartori@yahoo.com.ar

Sede:

Extensión ISER

Directora:

Lic. Paloma Sánchez

Fecha de presentación:

Marzo de 2016

INDICE

Presentación.....	4
Sobre el portal que constituye el presente Trabajo Integrador Final de Producción.....	5
Introducción	
¿Qué es un podcast?.....	7
Breve historia del podcasting.....	9
Ventajas del podcasting.....	10
Memoria del Trabajo Integrador Final	
Título.....	11
Breve descripción del proyecto.....	11
Palabras clave.....	12
Contexto sociopolítico.....	12
Argentina, en relación con otras “economías emergentes” y países industrializados.....	12
Consideraciones preliminares sobre la “brecha digital”.....	14
La estrategia argentina que brinda sustento a Podcast-Igualdad....	15
Antecedentes para la producción.....	19
El Estado y la radio como herramienta pedagógica.....	21
Experiencias concretas con podcasting en las aulas.....	22
Objetivos generales y específicos.....	24
Perspectivas y herramientas teórico-conceptuales.....	25
El aspecto “inmaterial” de la brecha digital.....	28
Las nuevas tecnologías en los medios y la educación.....	29
Barajar y dar de nuevo...las TICs ¿cambian paradigmas?.....	32
Las TICs no son una panacea: evitar el “tecnofetichismo”.....	35
Los jóvenes y las TICs en su casa, la escuela y con sus amigos...	36
La radio, “madre” del podcasting.....	40
La radio e internet: más continuidades que rupturas.....	43

La radio y su continuidad en el podcasting como herramienta comunitaria y educativa.....46

Desarrollo del proceso de producción y justificación de los recursos elegidos.....49

Justificación y argumentación analítica de la creación en el campo comunicacional. Circulación y explicitación de los destinatarios directos e indirectos. Recursos materiales.....52

Justificación y argumentación.....52

Destinatarios directos e indirectos.....54

Recursos materiales.....55

Bibliografía.....57

Anexo I: Contenido Web.....60

Anexo II: Guiones de podclases.....67

Anexo III: Entrevistas.....82

Presentación

Podcast-Igualdad es una iniciativa que tiene por fin actualizar, fortalecer y estimular la relación que existe entre la radio y la escuela como herramienta pedagógica para la producción de conocimiento.

Así, el portal **www.podcastigualdad.com.ar** disponibiliza todas las herramientas necesarias para que los alumnos y docentes de escuela media y la comunidad en general puedan realizar podcast con sólo disponer de una netbook. El material incluido en el sitio comprende tutoriales en video sobre el uso de software gratuito para la grabación y edición de audio y clases sobre realización radiofónica en formato de podcast.

Presentamos una planificación de nuestra propuesta, que constituye un Trabajo Integrador Final para ser evaluado por la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata, de manera de cumplir con los requisitos para alcanzar nuestro título de grado: Licenciatura en Comunicación Social con Orientación en Periodismo. Más allá de este primer objetivo, el proyecto es un prototipo que puede ser elevado a autoridades para que consideren su plena implementación. Nuestra intención con **Podcast-Igualdad**, en efecto, es avanzar hacia esa segunda meta también.

El público objetivo de la iniciativa Podcast-Igualdad es la comunidad educativa de la escuela media alcanzada por el programa Conectar-Igualdad, aunque esto no es excluyente. Las netbooks que este programa proporciona son soporte de muchas aplicaciones con finalidad pedagógica. Nosotros creemos que en esta era de contenidos multimedia, estas netbooks son herramientas susceptibles de ser utilizadas para la creación de contenidos y que esto puede brindar una rica experiencia en la escuela como elemento productor de conocimientos.

Pensando más allá de la mera transmisión de saberes que constituyen un oficio, la iniciativa **Podcast-Igualdad** se plantea insertarse más allá de la dicotomía juego-aprendizaje como una herramienta de expresión y de apropiación de las nuevas tecnologías por parte de la comunidad educativa de la escuela media y del público en general.

Podcast-Igualdad. Tenés una voz, hacéla escuchar.

Fernando Farías

Federico Sartori

Sobre el portal web que constituye el presente Trabajo Integrador Final

Nuestro proyecto consiste en un portal web que ofrece dos funciones principales: por un lado, es un directorio de podcasts con la funcionalidad de escucha, suscripción y descarga directa, y por el otro es una plataforma interactiva que permite publicar contenidos sonoros y que brinda herramientas técnicas y conceptuales para la producción.

El usuario oyente puede buscar podcasts según las áreas de su interés (en la pestaña “Categorías”, se puede encontrar desde rock a cuestiones de género, pasando por artes, empleo o salud, entre otras) o también puede descubrirlos según los criterios estipulados por la página que aparecen a primera vista en el portal: “los más recientes”, “los más escuchados” o los recomendados por el portal (“Canal Destacado”).

Para el consumo de los contenidos, el planteo es intuitivo y tradicional. El usuario oyente puede recurrir a la escucha directa utilizando el reproductor inserto en cada posteo con sus típicos botones de “play” y “stop”, y su línea de tiempo. También se puede descargar el audio directamente, para cargarlo en un dispositivo como un reproductor de mp3. Basta con presionar la flecha hacia abajo, que lleva a un reproductor externo que ofrece la posibilidad, a través del botón derecho del mouse, de descargar el archivo al fichero especificado.

Asimismo, es posible la suscripción al podcast mediante el código RSS inserto en el encabezado del canal. Esa información (que hay que copiar como si fuese un link de una URL) se vuelca luego en alguna aplicación de suscripción de podcast o “podcatcher”, tal como se las conoce en inglés. Hay versiones para computadoras, otras para dispositivos móviles, pero todas son gratuitas. La más conocida es Itunes de Apple, pero también hay otras para dispositivos Android como Podcast Republic. La suscripción permite conocer cuando se publica un programa nuevo del canal al que estamos suscriptos sin necesidad de ingresar en el portal que almacena el contenido. Cabe señalar que este sistema va quedando cada vez más en desuso por el crecimiento de redes sociales para compartir contenidos: basta con seguir en Twitter o Facebook el podcast de nuestra preferencia para enterarnos cualquier novedad sobre ese programa. De todas formas, el portal **Podcast-Igualdad** incluye la funcionalidad de RSS por la importancia que tiene en el origen del podcasting.

El portal ofrece la posibilidad de reportar contenido inapropiado mediante el botón con el signo de admiración rojo, para que luego evalúe el equipo de administradores si corresponde dar de baja el material o advertir a sus autores.

Con respecto al usuario-productor, **www.podcastigualdad.com.ar** brinda todas las herramientas para poder iniciar un canal de podcast y almacenar los contenidos. Para eso hay que ir al extremo superior derecho y registrarse, completando datos muy básicos como nombre de usuario, contraseña y correo electrónico. Luego, se rellena el formulario sobre el programa que estamos creando, con su respectivo nombre, descripción, imagen representativa, y otros datos opcionales como redes sociales del programa si es que hay.

Es posible subir el contenido para consumo “público” (cualquiera lo puede hallar en el portal o a través de buscadores) o “privado”, de manera que sólo quienes reciban el enlace

podrán acceder, por ejemplo si un estudiante sólo quiere que lo escuche su profesor o determinados compañeros. Una vez creado el canal (botón “Podcast” del panel de control de usuario), se empieza a publicar los episodios en mp3, con la respectiva descripción de cada entrega. Para comenzar el proceso hay que hacer click en “Agregar Episodio”.

Para brindar un mayor apoyo, hemos incorporado tres videos, en la pestaña Tutoriales. El primero explica cómo realizar una grabación de voz, editarla y guardarla con el programa de edición gratuito y de código abierto **Audacity**, para el cual aportamos un link de descarga, si bien el software está incluido en las netbooks de **Conectar-Igualdad**. El segundo video es sobre cómo compaginar voz, música y efectos para realizar una producción sonora utilizando Audacity y el tercero es una guía para publicar a través de **Podcast-Igualdad**.

Hemos realizado asimismo, una serie de podcasts que comprenden clases introductorias al lenguaje y géneros radiales, que están disponibles en Podclases. Son 12 episodios cortos (en promedio cuatro minutos de duración) sobre el uso de la voz, la lectura de relatos o noticias y la presentación de música entre otras cuestiones.

En “Recursos Sonoros”, se encuentran disponibles para descarga una serie de cortinas musicales y efectos sonoros, con los que producir los podcast, aunque informamos de qué manera conseguir más material a través de sitios como Youtube.

En “Información Útil”, volcamos información teórica sobre los diferentes tipos de guión, consejos sobre producción de podcast, y propuestas para realizar en el aula con podcasting. Esa información conforma el Anexo I de la presente memoria bajo el nombre “Contenido Web”.

Si bien **Podcast-Igualdad** se presenta como una herramienta complementaria de las netbook de **Conectar-Igualdad**, no es excluyente para publicar hacerlo desde esos dispositivos. Básicamente, cualquiera que tenga forma de producir sus propios podcast, sea con Audacity u otros programas de edición sonora pagos como Audition o Soundforge puede abrir un perfil y publicar. En ese sentido, Podcast-Igualdad no es distinto a otros directorios de podcasts.

Introducción

¿Qué es un podcast?

En su acepción más sencilla y desprovista de tecnicismos, es un programa de radio que se difunde a través de internet en diferido, no en vivo. No obstante, podemos afirmar que la analogía con la radio no agota las posibilidades de este nuevo medio.

Los podcasts se escuchan a pedido o “a la carta”, o según la expresión en inglés “on demand”: cuando el oyente los solicita, los quiere escuchar o cuando tiene tiempo de hacerlo. Esto significa una gran ventaja, ya que da la libertad al destinatario de recibir el producto cuando lo crea conveniente.

El único aspecto negativo es la ausencia de inmediatez y la imposibilidad de transmitir las últimas noticias o de buscar la primicia. Por eso, la mayoría de los podcasts tiene en cuenta esta limitación a la hora de generar contenido, sea diseñando material que sea atemporal (que pueda ser consumido sin ningún apoyo ni referencia contextual específica) o bien narrado en retrospectiva (como un resumen de lo que pasó en la semana o en el día, pero no como la comunicación que describe lo que está pasando en tiempo real o que anticipa lo que es inminente).

El desarrollo de este tipo de formato era de esperar con el aumento vertiginoso de las velocidades de transmisión de datos por internet y la masificación de los dispositivos portátiles de audio, de los cuáles el Ipod de Apple fue uno de los pioneros, y por eso el formato toma el nombre de ese reproductor y lo combina con la palabra en inglés para “radiodifusión” (Broadcasting), de manera que Ipod + broadcasting = podcasting.

Asimismo, el podcasting contiene un elemento democratizador ya que lo que antes se podía hacer exclusivamente desde un estudio semiprofesional o profesional que requería una inversión mínima, ahora lo único que es necesario es un dispositivo con micrófono y una conexión a internet. Basta con un teléfono móvil del estilo “smartphone” para ser capaz de grabar un contenido que puede ser difundido de manera cada vez más sencilla y rápida, en virtud de la aparición de aplicaciones gratuitas que se multiplican todos los días en la red de redes.

Los primeros en recurrir al podcasting no fueron conductores de radio, sino personas que necesitaban llegar -con su voz- directamente a su público, sin intermediarios. El comediante inglés **Ricky Gervais** es uno de los podcasters más conocidos. Paulatinamente, más internautas empezaron a darse cuenta de las ventajas de “podcastear”: consultores financieros, cocineros, entusiastas de la música.

El podcasting fue evolucionando hasta convertirse en un género en sí mismo, con sus propias reglas y códigos, aunque siempre emparentado con la referencia principal en comunicación sonora que es la radio.

Al cabo de unos pocos años, muchas grandes emisoras habían notado su potencial y comenzaron a explorar sus posibilidades dentro de sus estructuras.

Hoy en día, es difícil encontrar una radio en Europa y Norteamérica que no ofrezca en su menú de alternativas la posibilidad de descargarse algún podcast, con niveles de producción altamente profesional y que no se pueden diferenciar de un contenido emitido al aire.

Pero también hay podcasts muy populares que no son más que la grabación de los pensamientos del día de alguien que registra su voz con un teléfono celular y que luego publica el mp3. Sea por su contenido, o sea por la forma en la que lo comparte, o ambas cosas, el podcaster a veces se vuelve una celebridad sin necesidad de contar con un estudio, o trabajar para un medio tradicional.

Desde ya que este fenómeno se inscribe en el marco de la comunidad 2.0 y la explosión de las redes sociales. El podcasting de hecho es una especie de blog sonoro que se complementa perfectamente con sitios como Facebook o Twitter.

El podcast es además un tipo de mensaje que puede ir a lo específico, a un público bien definido y acotado, a diferencia del medio de masas que usa una frecuencia y que intenta llegar a la mayor cantidad de gente posible, incluso diluyendo especificidades de su contenido para no perder el costado generalista.

Por eso, este género es el ideal para poder hacer productos ajustados al público objetivo, como un programa para los fanáticos de una marca de autos, de una banda en particular, de un estilo de pesca. La plataforma no sólo es excelente para este “nicho”: llega a su máximo potencial cuando apunta al mismo.

En ese marco, no pasó mucho tiempo desde el surgimiento del podcast (o “audioblog”, como era conocido inicialmente), hasta que educadores notaron el potencial de esta tecnología para insertarse en el ámbito escolar, por varios motivos: creación de contenido con creatividad, uso de tecnología, acceso sencillo y económico, portabilidad, posibilidades para docentes y alumnos, fácil distribución.

De manera, que no fueron pocos los establecimientos que incorporaron el podcasting como una manera de vehiculizar todo tipo de actividades curriculares, entusiasmando a los más jóvenes y brindándoles la chance de hacer escuchar su voz, no sólo a sus compañeros de clase o colegio, sino a todo el mundo. Dicho en otras palabras: si uno produce el mejor podcast del mundo, no tiene que consensuar con nadie, con ninguna productora, ningún medio de comunicación, ningún empresario para que pueda llegar a millones de oyentes.

Asimismo, la experiencia del podcast permitió a los docentes potenciar ciertos intereses y experiencias con mayor facilidad que con el formato de clase convencional. Por ejemplo, el interés por los diferentes géneros literarios, la importancia de la organización grupal y la liberación de la creatividad.

Cabe destacar también que, mediante la grabación de sus propios contenidos, maestros-podcasters describen que los estudiantes pueden descubrir su propia voz y perder la inhibición, desarrollando diversas capacidades personales.

Además, el podcasting es una excelente plataforma para la realización de trabajos prácticos en colaboración con otros establecimientos y/o comunidades educativas.

Breve historia del podcasting

-En la década del 90, algunos servicios comenzaron a distribuir contenido por suscripción automáticamente y específicamente, audio, como la página de audiolibros audible.com. Este sistema conocido como "Push" empujaba el contenido guardado en el disco rígido y lo reemplazaba por material nuevo, pero al ser la capacidad de los dispositivos de almacenamiento muy limitada, no era muy cómodo ni conveniente para los usuarios.

-Otro antecedente fue la radio web, que comenzó con la tecnología del streaming a fines de la década de 1990. La necesidad de apropiarse de una copia del archivo, llevó a muchas radios que transmitían vía web a aprovechar la red para subir los archivos durante un tiempo determinado o indefinidamente (Priestman, 2002).

-Los cimientos del podcasting fueron colocados con la expansión del RSS, el código que permite la suscripción a un blog a través de programas llamados "agregadores". Esa tecnología luego fue mejorada con la posibilidad de suscribirse no sólo a texto, sino a audio, a través de agregadores especializados en podcasts, como iTunes, Juice, Podcatcher y muchas otras.

. El ex VJ de MTV Adam Curry fue uno de los primeros en publicar y mantener un podcast de gran alcance ya en 2003.

-Con la propagación de la banda ancha y la aparición de dispositivos de grabación de sonido a precios accesibles, la comunidad mundial de podcasters creció a un ritmo exponencial.

-En los últimos tiempos, el componente de suscripción a través de un canal RSS fue perdiendo terreno a manos de las redes sociales como Facebook y Twitter, ya que basta que un programa actualice su estado compartiendo el contenido nuevo para los oyentes se enteren de que está disponible. Además, han surgido servicios especializados como Soundcloud, Ivoox o Mixcloud que también permiten publicar audio y compartirlo en una forma análoga a la que Youtube lo hace con videos.

Ventajas del podcast

- No hay horarios para emitir ni para escuchar.
- No es necesaria la estructura de un medio tradicional para transmitir: antena, estudio, consolas y micrófonos costosos.
- Ofrece un refugio para la narrativa.
- Es una plataforma para estilos y géneros a los que la radio comercial cada vez da menos lugar (radioteatro, documentales).
- Permite ir al nicho y hacer “radio especializada” al contrario de lo que señala Priestman (2002) con respecto a la radio comercial que no ha evolucionado hacia una mayor diversidad, sino hacia la homogeneización en pos de atraer a las mayorías y así seducir a los anunciantes.
- Ha propiciado el surgimiento de nuevos géneros sonoros que no pueden ser aprovechados al máximo por la radio tradicional, como las audioguías para conocer con el reproductor mp3 alguna ciudad, muestra, o edificio histórico.
- Al igual que la radio web, el podcast no es un medio de “suma cero” en cuanto al espacio que ocupa, ya que no hay frecuencias ni espectros que se superpongan: hay lugar para todos los emisores en la red, a diferencia del aire en el que el dial es limitado. No hay licencias que obtener ni que tramitar, ni tampoco hay entes reguladores.
- Se pueden medir las audiencias con gran precisión.
- El concepto “A la Carta”, (On-Demand, en inglés) le transfiere un gran control al oyente.
- Es inherentemente interactivo, ya que la escucha de podcasts siempre se combina con la lectura de una etiqueta, redes sociales, imágenes identificatorias del programa.
- Es inherentemente igualitario: una persona y su computadora pueden llegar a tener la misma llegada, el mismo número de oyentes que un medio tradicional con su equipamiento (antenas, estudios, micrófonos, oficinas).

Título

Podcast-Igualdad. Hacer radio en la escuela, produciendo podcasts con las netbooks de Conectar-Igualdad

Breve descripción del proyecto

Podcast-Igualdad es un proyecto para llevar a las aulas, mediante las netbooks del plan **Conectar-Igualdad**, el podcasting, un formato radial para transmisión por internet, que no se escucha en vivo sino a pedido del oyente.

La propuesta consiste en la generación de un portal de internet en el que estarán disponibles las herramientas de software libre y de código abierto para la realización y publicación de podcasts para estudiantes, además de elementos sonoros para producir piezas radiofónicas. La iniciativa incluye tutoriales en audio y video para guiar a los usuarios en cada etapa del proceso de producción. Además, la plataforma permitirá crear un perfil y a través de su cuenta publicar los podcasts que produzca y descubrir los que suban otros miembros de la comunidad.

Con estos instrumentos, se plantea potenciar las netbooks como generadoras de contenidos multimedia, primero en el ámbito del aula a través de actividades pedagógicas de la currícula vehiculizadas a través del podcast, y luego fuera de la escuela, en una apropiación popular de esta herramienta.

En un marco más general, el proyecto busca hacer un aporte a la promoción del podcasting en el país, que a más de una década de su nacimiento, aún no está ampliamente difundido en la Argentina al punto de que muchos jóvenes no saben siquiera qué es. En un país con gran tradición radiofónica y de veloz penetración de las redes sociales, la explosión del podcasting nos parece inevitable, y la propuesta busca acelerar ese desarrollo.

El producto final de este Trabajo Integrador Final de Producción (de una intervención) será **la planificación de la iniciativa**, en la que se mostrarán todas las funcionalidades del portal mediante una versión “demo” del mismo, en pos de una eventual implementación a escala institucional.

Palabras clave

Juventud
Comunicación/Educación
Tecnologías
Radio
Podcasting

Contexto sociopolítico

Para entender el contexto en el que consideramos tanto aplicable como interesante y necesaria la implementación de **Podcast-Igualdad** es fundamental realizar un breve análisis de las condiciones materiales y simbólicas en las que esta iniciativa ha de ser insertada. En primer lugar, es preciso ubicar esta producción en el marco del Programa Conectar-Igualdad, como principal contenedor y sostenedor de la propuesta. Asimismo, es preciso situar a Conectar-Igualdad en el marco de una serie de políticas públicas impulsadas desde hace una década por el Estado nacional cuya finalidad es tender a la reducción de las desigualdades sociales y más específicamente generar conectividad, accesibilidad de la información y soberanía tecnológica.

Antes de adentrarnos en el campo específico de las políticas de alcance federal que brindan el contexto para la iniciativa Podcast-Igualdad es necesario comprender la situación de Argentina y la región como consecuencia de los procesos políticos de los últimos años.

Argentina, en relación con otras “economías emergentes” y países industrializados

Según un análisis realizado por la **Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico** (OCDE)¹ con la finalidad de medir el impacto económico de la crisis financiera mundial de 2008 en los países miembros y en las denominadas “economías emergentes”, la tendencia en la República Argentina se orienta hacia la reducción en la desigualdad de ingreso, siendo en ese sentido la experiencia más exitosa de América Latina.

El estudio destaca que los países denominados “emergentes” han desarrollado sus economías en términos de crecimiento a una tasa más acelerada que la de los países industrializados en la última década. Al momento de realizar dicho estudio, la OCDE vaticinaba que esta tendencia se sostendría en el futuro cercano. En el caso que nos convoca, el de la República Argentina, esta tendencia iría acompañada por la implementación de políticas

¹ <http://www.oecd.org/els/soc/49170475.pdf>

públicas destinadas al crecimiento económico con inclusión social, lo que conlleva a una tendencia a la baja en la desigualdad en la distribución del PBI.

Durante el período analizado en el trabajo mencionado, entre 2000 y 2010, el PBI per cápita de la Argentina, comparado con la media de los países más industrializados de la OCDE fue superado sólo por Rusia y China. Aún en estas condiciones, lo que distingue a nuestro país en este lapso no es tanto el crecimiento económico (aumento del PBI) como la distribución más equitativa del ingreso.

Sin abundar en detalles macro y microeconómicos para no perder de vista nuestro objetivo, sí estamos en condiciones de afirmar que la conjunción de las políticas destinadas al crecimiento económico con sus equivalentes orientadas a la inclusión social han creado (o traído de regreso) a una masa de consumidores que, en primer lugar, se orienta hacia los bienes y servicios básicos y luego, en la medida de sus posibilidades, accede a otros bienes y servicios que antes les estaban vedados.

En este contexto de nuevos consumidores de bienes materiales y simbólicos se impone la necesidad de elaborar políticas públicas destinadas a reducir otra brecha, no de ingresos, sino en este caso la denominada “brecha digital”, cuyo aspecto material -posesión² o falta de computadora y/o conexión a internet- entendemos que no es tan significativo como su aspecto inmaterial o cultural: carencia de competencias en el uso de las TICs.

En el marco general de las políticas destinadas a reducir las desigualdades, el caso particular de lo relacionado con lo digital cobra radical importancia al tener en cuenta que los Estados-Nación (y Argentina no es excepción) tienden a la digitalización de todas sus “ventanillas” de acceso para realizar cualquier tipo de gestión y aunque todavía es prematuro a nuestro entender, ya hay quienes aventuran la noción de “ciudadanía digital”³. Desde ya que esta “alfabetización digital” precisa en mayor o menor medida de su equivalente, la enseñanza tradicional. Dado que el objetivo de **Podcast-Igualdad** es la población de las escuelas medias, no ahondaremos en esa temática.

Retomando la idea de la “ciudadanía digital” y su creciente importancia, en Argentina se han puesto en marcha iniciativas inclusivas y accesibles como la “Guía de Trámites”⁴ impulsada por la entonces Oficina Nacional de Innovación en la Gestión (ONIG), dependiente de la Subsecretaría de Gestión y Empleo Público, de la Secretaría de Gabinete en Jefatura de Gabinete de Ministros (JGM). Decimos “entonces” ya que al momento de esta entrega la ONIG como gran parte de la JGM, ha pasado a la órbita del ministerio de Modernización de la Nación y sus competencias, misiones y funciones están hallando ubicación en diversas instancias organizativas.

² Esto no significa que la posesión del aparato sea irrelevante. Módena (2013), en su tesis sobre el plan Conectar-Igualdad, analiza la construcción identitaria a través de la apropiación del aparato y la intervención con calcomanías, leyendas, adornos, que va en paralelo a la apropiación de usos.

³ https://es.wikipedia.org/wiki/Ciudadan%C3%ADa_digital

⁴ <http://www.tramites.gob.ar/>

Consideraciones preliminares sobre la brecha digital

Si bien más adelante abordaremos en profundidad esta temática (página 28), es fundamental destacar que la mera existencia de la llamada “brecha digital” pone en cisma la noción de ciudadanía plena. Estas desigualdades (la brecha digital no es la primera ni será la última) se han sucedido a lo largo de la historia en función de la creación y aplicación de tecnologías; su dominio ha aportado ventajas comparativas a sus impulsores y a quienes adquirieron el desarrollo material e intelectual para aprovecharlas. Lo que en su momento se constituyó como una diferencia conocida como “brecha tecnológica” ha sido fuente de diversas situaciones, entre ellas la opresión de los unos por los otros. La brecha digital no es más que la reciente manifestación de esta desigualdad (Serrano Santoyo, 2003) . He ahí la importancia de iniciativas como **Podcast-Igualdad**.

Ya en 1978, un informe de la UNESCO señalaba que:

“...la adopción de la informática por los países del Tercer Mundo y la aplicación de una política en este ámbito les permitirá acceder al mismo nivel de desarrollo que los países industrializados. La experiencia de los países industrializados prueba que la informática, nacida del progreso, puede, a cambio, acelerar el desarrollo. Si los países en desarrollo logran dominarla, puede incluso, gracias a una mejor administración de los recursos, contribuir a atenuar la brecha que los separa de los países poderosos⁵”.

Para no detenernos en genealogías extensas, lo que en su momento fue informática, luego fue plataforma digital con el advenimiento de lo “multimedia” y mucho más acá en el tiempo recibió el embate poderoso del advenimiento de una Internet de masas. En 2000 en Okinawa, el G7 define como uno de sus principales nortes el desarrollo de la sociedad de la información y crea la “Dot Force” con el propósito de integrar esfuerzos internacionales y encontrar maneras efectivas de reducir la brecha digital. Aunque ese documento no da una definición precisa de la brecha digital, sí habla de los beneficios de la sociedad de la información:

“Renovamos nuestro compromiso con el principio de inclusión: todo el mundo, donde sea que se encuentre, debe tener la posibilidad de participar; nadie debe quedar excluido de los beneficios de la sociedad de la información⁶”.

Los hitos en materia de reducción de la brecha digital se suceden hasta nuestros días, sólo hemos de mencionar algunos que nos parecieron significativos a los fines de brindar el marco en el que **Podcast-Igualdad** no sólo es posible sino también necesario. Con la llegada o el acuñamiento del término “TICs” (Tecnologías de la Información y la Comunicación) estas cuestiones pasan a integrar los denominados “objetivos del milenio” al considerar a estas tecnologías como un motor para el desarrollo de los pueblos.

⁵ Unesco-IBI. Rapport général de la conférence Stratégies et politiques informatiques nationales, Torremolinos, 1978, p. 17.

⁶ <http://www.g8.utoronto.ca/summit/2000okinawa/gis.htm>

En Argentina los diversos enfoques para tratar esta problemática han surgido dispersos desde el sector privado y público, siendo este último su principal impulsor. Así y todo, dada la desconexión que muchas veces se produce entre los distintos niveles de gobierno (nacional, provincial y municipal) e inclusive dado el desconocimiento que existe entre los variados sectores del Poder Ejecutivo Nacional (PEN), se tomó conciencia de la necesidad de aunar o coordinar estas experiencias inconexas sobre una misma temática.

La estrategia argentina que brinda sustento a **Podcast-Igualdad**

Con la finalidad de superar las dificultades en materia de conectividad e inclusión digital en nuestro país surge la Agenda Digital Argentina (ADA). Esta herramienta fue creada mediante el Decreto presidencial 512/2009⁷ que impulsa la “conformación de un Gabinete Multisectorial orientado al aprovechamiento de las posibilidades que ofrece la Sociedad de la Información y el Conocimiento”⁸.

Su creación en el ámbito de la JGM, en tanto ente articulador de las políticas públicas impulsadas por los organismos del PEN, tuvo como finalidad la coordinación de esfuerzos y el aprendizaje colaborativo entre sectores que muchas veces se miran con recelo o competencia. Se trata de un plan nacional para la inclusión y apropiación por parte de los diversos actores de la sociedad de los beneficios de la “Sociedad del Conocimiento” mediante el uso intensivo y estratégico de las TIC. Esta iniciativa busca estimular, entre otros, el desarrollo de temas como el gobierno electrónico, la inclusión digital, la accesibilidad y desarrollo tecnológico

Así surge como etapa superadora de la accesibilidad a la conectividad la del desarrollo de programas federales que propulsen una verdadera apropiación por parte de la ciudadanía de estas tecnologías, esto sumado al objetivo de sostener el desarrollo tecnológico a futuro.

La contextualización de Podcast-Igualdad desde luego no se agota en la ADA. Resulta imprescindible nominar en primera instancia a la iniciativa destinada a coordinar las experiencias en materia de inclusión digital. Sólo por mencionar algunas que abordan la temática de manera complementaria y cada una con un enfoque diferente tenemos que ubicar a Podcast-Igualdad en conexión y continuidad con el Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada, que fuera lanzado en 2010 por el PEN para los tres niveles de gobierno, sindicatos, PyMes y otros actores del sector privado. Fue ejecutado a través del ex-ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios y comprende una estrategia integral de conectividad para mejorar la comunicación e involucra a lotivo establecer una plataforma digital de infraestructura y servicios para llegar al 97% de las localidades del país, y contempla la conexión satelital para el 3% restante.

Podemos situar a Argentina Conectada como la infraestructura sobre la que se montan otros programas relacionados con las TICs. Es una pieza clave de la denominada ADA ya que garantiza la conectividad de todas las localidades de la República Argentina, sobre todo aquellas consideradas alejadas o “no rentables” por las empresas de telecomunicaciones. Se trata de una verdadera red de fibra óptica federal sobre la que se montan los servicios gubernamentales pero además se ofrecen contenidos culturales ⁹.

⁷ <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/150000-154999/153245/norma.htm>

⁸ <https://www.agendadigital.gob.ar/>

⁹ <http://www.argentinaconectada.gob.ar>

Entre otras importantes iniciativas públicas con las que se articula Podcast-Igualdad está el Programa NAC, que pertenece al ámbito de Argentina Conectada. NAC funciona como cristizador de la visión de esa política pública mediante la implementación en todo el territorio nacional de espacios públicos de inclusión digital: los Núcleos de Acceso al Conocimiento, o NAC.

Estos nodos constituyen terminales de información que son disponibilizadas para las poblaciones locales con el objetivo de ofrecer a todos los habitantes y en igualdad de condiciones, acceso a la conectividad y a las nuevas TIC y generar las condiciones para el desarrollo de habilidades digitales y oficios en pos del desarrollo de las personas y sus comunidades. Así, los NAC constituyen una instancia de articulación entre los distintos niveles de gobierno, el sector productivo, la sociedad civil y organizaciones comunitarias en persecución de la mencionada inclusión digital ¹⁰.

Y por supuesto, la política pública central para nuestro proyecto es **Conectar-Igualdad**¹¹. Este programa fue lanzado en abril de 2010 a través del Decreto N° 459/10 con el fin de recuperar y valorizar la escuela pública y reducir las brechas digitales, educativas y sociales en el país. Se trata de una política de Estado implementada en conjunto por Presidencia de la Nación, la Administración Nacional de Seguridad Social (ANSES), el ministerio de Educación de la Nación, la Jefatura de Gabinete de Ministros y el Ministerio de Planificación Federal de Inversión Pública y Servicios.

Conectar-Igualdad es la base sobre la que pretendemos montar Podcast Igualdad, de ahí inclusive la mimesis en el nombre. Se trata de una estrategia de inclusión digital de alcance federal que pone netbooks a disposición de los alumnos y docentes de escuelas de gestión estatal. Este programa impulsa el uso de estas herramientas tanto en la escuela como en los hogares de los alumnos y de los docentes, provocando un cambio también en el modo de vida de las familias. Según su sitio web ¹², “**Conectar-Igualdad** se propone trabajar para lograr una sociedad alfabetizada en las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), con posibilidades de un acceso democrático a recursos tecnológicos e información sin distinción de grupo social, económico ni de las más diversas geografías, tanto rurales como urbanas”.

Para mensurar el alcance de **Conectar-Igualdad** basta con compararlo con algunas experiencias análogas en la región. En Argentina el programa lleva entregadas 4.705.613 computadoras; 4.261.271 fueron destinadas a escuelas secundarias, 287.917 a institutos de formación docente y 156.425 a escuelas de educación especial ¹³. Por su parte, en Brasil el programa “Um computador por alumno”, según su sitio oficial ¹⁴ ha repartido 165.000 tablets que, teniendo en cuenta una población de más de 202 millones de habitantes, habla de un impacto mucho menor. El programa “Puentes Educativos” de Chile, por su parte hizo su apuesta por los smartphones a los alumnos y las tablets a los docentes. Las cifras de equipos

¹⁰ www.nac.gob.ar

¹¹ Los antecesores inmediatos en iniciativas para multiplicar la posesión de computadoras en nuestro país son el plan “Mi PC (Primera Computadora) del año 2005 y el programa “Una Computadora Para Cada Alumno” del año 2009.

¹² <http://www.conectarigualdad.gob.ar>

¹³ <http://www.lanacion.com.ar/1757467-desconectar-igualdad-un-programa-que-inspiro-elogios-pero-hoy-recibe-criticas>

¹⁴ <http://www.fn.de.gov.br/programas/programa-nacional-de-tecnologia-educacional-proinfo/proinfo-projeto-um-computador-por-aluno-uca>

entregados ¹⁵ son aún inferiores a las de Brasil. La experiencia de Uruguay -“Plan Ceibal”- tal vez la más cercana a la argentina, habla de un millón de computadoras al año 2013 según datos oficiales ¹⁶.

El proyecto de **Podcast-Igualdad** se articula fundamentalmente con los programas arriba detallados, ya que son su sustento. Por otra parte y en una segunda instancia cabe destacar el potencial de articulación en materia de difusión de contenidos con Radio Igualdad Cultural, y el BACUA del programa Igualdad Cultural; el portal Educar, y el Banco Federal de la Voz, un índice digital y federal lanzado recientemente y del cual los tesistas hemos formado parte en materia de conceptualización y desarrollo.

Volviendo a aspectos más generales de la contextualización de esta iniciativa, ciertamente no podemos ni deseamos pasar por alto el reciente cambio de signo partidario en la conducción del PEN. En este sentido bien cabe preguntarse acerca de la continuidad o no de estas políticas públicas. No siendo nuestro rol ni teniendo capacidades adivinatorias sí podemos aventurar algunas cuestiones en base a los indicios que brindan los actores principales.

Actualmente muchas de las iniciativas mencionadas han pasado de la órbita de la JGM al flamante ministerio de Modernización de la Nación. Su titular, Andrés Ibarra, viene de encabezar la cartera homónima en el ámbito del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Más allá de las formas organizativas, más ligadas a la tradición del sector privado, la cartera de la CABA halla su correlato en las áreas de la JGM que se han desdoblado para formar este nuevo ministerio nacional. No es menor el hecho de que instancias organizativas que se hallaban al nivel de Direcciones Nacionales y Subsecretarías pasen a tener el rango de Ministerio más allá de los cambios que implique esta reestructuración.

Este nuevo ministerio en la órbita nacional es fruto de cambios que se suceden a diario y para ello sólo basta con ojear el Boletín Oficial. Las subsecretarías de Gestión y Empleo Público, de Tecnologías de Gestión y de Protección de Infraestructuras Críticas de Información y Ciberseguridad han pasado en su totalidad a formar parte del nuevo ministerio. Sus misiones y funciones se mantienen según la información publicada en el Boletín Oficial, pero en el marco de una nueva distribución de competencias. Así, aún es prematuro aventurar en qué instancia organizativa hallarán lugar estas políticas públicas. En cambio sí es dado afirmar que todas aquellas políticas que se hallaban en la JGM han pasado al ministerio de Modernización.

Según un artículo publicado por el ministro Ibarra en el diario La Nación del día 20 de mayo de 2015 “la inclusión social debe comprender también la inclusión digital. En este sentido, el concepto de ‘Estado social’ se amplía al de ‘Estado digital’¹⁷. En el mencionado artículo el encargado de coordinar los esfuerzos en materia de tecnologías de la información en el Estado nacional asegura que “la construcción de un gobierno inteligente (...) requiere verdaderos ciudadanos digitales que puedan capitalizar todos los beneficios de la llamada sociedad de la información”. Para Ibarra “reducir la denominada ‘brecha digital’ favorece a una mayor igualdad social, porque les estamos brindando a los ciudadanos herramientas que son fundamentales en el mundo de hoy”.

¹⁵ <http://www.puenteseducativos.cl/>

¹⁶ <http://www.ceibal.edu.uy>

¹⁷ <http://www.lanacion.com.ar/1794195-reducir-la-brecha-digital>

Dejando de lado las incógnitas del caso podemos afirmar que **Podcast-Igualdad** es la consecuencia de entender que la brecha digital no se achica por la mera conectividad o el acceso a las TICs, sino que para erradicarla es necesario crear las facultades necesarias para su pleno empleo.

La utilización de las TICs en los procesos de enseñanza/aprendizaje es algo que nos antecede largamente. Su empleo para que los estudiantes sean creadores de su propio conocimiento no entendido como meros contenidos curriculares es una etapa a la que nos estamos asomando lenta pero inexorablemente. En otros apartados del trabajo se han detallado los obstáculos a vencer (resistencia de los docentes, etc.). En esta etapa la experiencia de **Podcast-Igualdad** resulta una herramienta formidable para los procesos educativos de los cuales, tanto docentes como alumnos, saldrán enriquecidos.

Las posibilidades que brinda la experiencia de producir radio en la escuela han sido largamente exploradas no sólo en Argentina sino en el mundo. Las ventajas de esta herramienta, la radio y el podcast, serán expuestas más adelante aunque adelantamos que el podcast, al no precisar de planta transmisora es aún más práctico y económico que la radio tradicional.

Estamos seguros de la potencialidad del podcast como herramienta para generar sentido en los procesos educativos. También estamos seguros de que este contexto nos brinda una gran posibilidad de aprovechar los diversos aspectos del desarrollo de Argentina en materia de TICs para articularlos con una verdadera propuesta pedagógica superadora y al alcance de las escuelas medias de hoy día.

Antecedentes para la producción

Nuestro proyecto se apoya plenamente en el programa **Conectar-Igualdad**. Más que un antecedente para este proyecto, son los cimientos sobre los que se construye nuestra iniciativa, que está dirigida a los usuarios de las netbooks que distribuye el Estado Nacional a estudiantes y docentes de escuelas secundarias públicas, más allá de que el portal puede ser utilizado por cualquiera que tenga una computadora, herramientas de grabación y edición de audio y una conexión de internet.

En los sectores de ingresos medios y altos el acceso a una computadora con conexión a internet por banda ancha en la casa casi se puede dar por descontado en la actualidad, mientras que en los de ingresos bajos la máquina del **Conectar-Igualdad** se convierte en muchos casos en la primera computadora del hogar (cabe destacar que la brecha digital no se agota en la simple posesión del aparato, cuestión sobre la que ampliamos a partir de la página 28). Es lo que señala la licenciada **Lucía Módena** en su tesis sobre el CI:

(...)se está pensando a docentes y estudiantes como productores de conocimiento, y a las familias reintegrándose en las escuelas...las netbooks no se incorporan sólo en las escuelas, son herramientas que van a los hogares y se insertan en las familias abriendo puertas no sólo para quienes transitan la secundaria, sino para todos los miembros de las familias (2013).

Es asimismo este un programa que ha roto otros esquemas estáticos de la computadora en el aula, al entregar la computadora al alumno, en lugar de prestarla durante el laboratorio de informática. Esto significa que la máquina está presente en el aula todo el tiempo, para todas las materias (Belinche Montequin, 2012). Por cierto, además del propósito igualitario de inclusión, se busca promover entre los docentes las TICs, como un método para enseñar y realizar actividades curriculares.

Como pilar que hizo posible a **Conectar-Igualdad**, hay que recordar una de las primeras experiencias educativas en internet llevadas a cabo desde el Estado: Educ.Ar: El portal del Ministerio de Educación creado en 1999 y relanzado en 2003 constituye una referencia insoslayable en cuanto a plataforma educativa interactiva en donde existe una comunidad de usuarios que buscan y comparten recursos para la escuela. El portal de Podcast-Igualdad toma a este sitio, entre otros, como modelo.

Otro antecedente son los Núcleos de Acceso al Conocimiento (NAC), del ministerio de Planificación Federal, que pertenece al Eje Estratégico de Inclusión Digital del Plan Nacional de Telecomunicaciones "Argentina Conectada". Sea para conectarse a internet, aprender a usar una aplicación, mirar una película, los NAC les abren la puerta principalmente a quienes ven dificultado el acceso a internet por causas materiales (sin conexión en el domicilio) o culturales (carecen de las destrezas necesarias para sacarle más provecho a las TICs). Existen más de 270 de estos centros en todo el país, la gran mayoría albergados en escuelas, colegios y otros establecimientos educativos.

A nivel pedagógico, entendemos que un primer antecedente, primigenio, para nuestra experiencia es el "periódico escolar sistematizado". Hace alrededor de un siglo, el docente

francés **Celestin Freinet** se convirtió en pionero con esta iniciativa, que fue una de las primeras en recuperar la relación escuela-vida, en “escribir para ser leído”. Freinet, un veterano francés de la Primera Guerra Mundial, trabajaba como maestro en un pueblo de Provençe, a comienzos de la década de 1920, cuando comenzó a utilizar una prensa de impresión para producir sus propios textos. El pedagogo hizo partícipe a sus alumnos que sugerían y editaban sus escritos, antes de imprimirlos y presentarlos como un trabajo grupal. Los diarios llegaron a ser intercambiados con otras escuelas y terminaron reemplazando los textos escolares de la currícula.

De todas formas, nuestros antecedentes principales son las radios escolares y educativas¹⁸. Desde poco tiempo después de su irrupción masiva en la década del 30, la radio demostró su potencial como instrumento educativo, en principio para impartir clases sin la necesidad ni los límites espaciales de un aula. Este tipo de emisoras se han destacado particularmente en un territorio con tanta desigualdad como lo es América Latina, en donde el ideal decimonónico de escuela igualitaria, universal, gratuita se materializó sólo en las grandes ciudades durante mucho tiempo, dejando a los campesinos, los pobres y los habitantes de zonas remotas marginados de esa institución a la que tenían acceso por derecho en los papeles, pero no en la realidad, por condiciones materiales.

En ese marco surge Radio Sutatenza de Colombia, en 1947, para acercar la escuela al alumno a través de las ondas de aire. A esa pionera de la educación radiofónica en nuestro continente le siguen, entre varias otras experiencias, las Escuelas Radiofónicas Populares de Ecuador (ERPE)¹⁹, que están orientadas a comunidades indígenas principalmente. con contenidos de alfabetización, primeros auxilios, religión, nutrición y otras áreas.

La multiplicación de este tipo de emisoras luego motivó la fundación de Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), entidad regional que promueve el uso de la radiodifusión con fines educativos y a la vez provee apoyo, capacitación y materiales pedagógicos no sólo a las radios educativas, sino también a las populares y comunitarias que se agrupan en la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), que en Argentina tiene su equivalente nacional en el Foro Argentino de Radios Comunitarias, (FARCO).

En el sentido de analizar proyectos educativo-radiales, consultamos la tesis de de investigación de Esteban Zapata Páez (2014) para obtener la licenciatura en Comunicación Social con Orientación en Periodismo de la UNLP: “Radio Patria Tecnópolis: Sistematización, análisis y propuesta de trabajo para proyectos radiofónicos interactivos destinados a niños, niñas y jóvenes”, presentada en septiembre de 2014. Se trata de un trabajo abarcativo que detalla el proceso llevado a cabo en la exposición de feria y tecnología inaugurada en 2011 en Villa Martelli. El espacio integraba una propuesta del ministerio de Educación de la Nación para “interpelar al público”, en el marco de la innovación en el campo educativo. Entre otras actividades, se montó un estudio de radio, dirigido por profesionales y docentes del medio que asistieron a adolescentes y adultos interesados en experimentar la realización de la radio. La tesis expone cómo generar un espacio radiofónico interactivo para niños e indaga sobre la inserción de las TICs en el aula.

¹⁸ Pueden clasificarse estas emisoras por sus contenidos, sean 1) educativos formales, en los que los programas van acompañados de materiales impresos y son muchas veces impartidos desde el Estado a través del sistema escolar, Ministerio de Educación, etcétera ,2) no-formales: en los que se brindan actividades organizadas y sistemáticas pero fuera del sistema escolar, como cursos de enseñanza agrícola, sanitaria y 3) los informales: sin organización especial, en los que se apunta a que los oyentes/educandos “tengan su propia capacidad de transformar lo escuchado y darle utilidad” (Geerts, 2001).

¹⁹ www.erpe.org.ec

También hemos consultado la tesis de la licenciada Lucrecia Burgos (2006), titulada: “Sistematización de una experiencia de comunicación radiofónica con niños y niñas de la Isla Maciel”, sobre un proyecto que se llevó a cabo en ese barrio del partido de Avellaneda, entre julio y diciembre de 2006. Para concretar el mismo se realizó un diagnóstico del espacio y de los recursos disponibles y necesarios para llevar a cabo un taller de introducción a la radio para niños y niñas, con el fin de producir contenidos radiales a través de los cuales canalizar historias del barrio, vivencias personales, problemáticas individuales, familiares y sociales. La sistematización de la experiencia también analiza la efectividad de los procesos de aprendizaje para niños, niñas y adolescentes en el ámbito de la comunicación/educación.

El Estado y la radio como herramienta pedagógica

Uno de los principales -y más inmediatos- antecedentes son las emisoras de los Centros de Actividades Juveniles, o radios CAJ, de las cuales ya hay funcionando más de 150 en todo el país²⁰. Se trata de una iniciativa del ministerio de Educación para ofrecer actividades en la escuela, pero fuera del horario escolar, como talleres de danza, música, deporte y radio, que ha sido el más exitoso. En ese marco, el Estado equipa los establecimientos con antenas, consolas, cables, micrófonos y auriculares, es decir, con los recursos materiales indispensables para que cualquier emisora salga al aire. Además, se dictan clases sobre conducción y producción radial, y se designa un coordinador que funciona como enlace con el programa a nivel institucional y asesor en temas radiales. Al cabo de una introducción, los alumnos participantes pueden realizar su propio programa fuera del horario escolar (generalmente, los sábados). Para ello, deben completar una serie de tareas que involucran contenidos curriculares que cualquier docente busca transmitir en las clases convencionales: lectura comprensiva (para producir los programas), escritura comprensible (para redactar los guiones y/o materiales), expresión oral (para conducir o entrevistar), trabajo en equipo (con los roles que cada uno debe cumplir en el programa). En una entrevista personal con los tesistas, Fernando Richter, coordinador del programa de Radios CAJ, relató:

“El Programa Nacional de Extensión Educativa se creó en abril de 2010 en el marco del Plan de Fortalecimiento de la Escuela Secundaria. Siempre hablando de escuelas públicas estatales, empezamos a desarrollar estrategias que tiendan a mejorar la trayectoria escolar, fortalecer los procesos de aprendizaje, acompañar a los pibes en el tránsito por la escuela buscando caminos alternativos y otras formas de vinculación a la disciplina del estudio, la lectura, etc. Intentamos buscar estrategias que despertaran en ellos otro caudal de intereses que la escuela tradicional no estaba logrando. Desde las finalidades del proyecto nosotros planteamos una radio como un espacio de aprendizaje en tanto relación directa con la currícula escolar, por eso no decimos extracurriculares sino más bien todo lo contrario. Trabajamos en horarios escolares, a contraturno o los sábados”.

La Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (AFSCA) también ha llevado a cabo una serie de actividades para entrelazar la radio, la escuela y las nuevas tecnologías, a través de la realización de talleres de capacitación y la distribución de materiales como “Sintonía Digital: Transformá tu netbook en estudio de radio”, disponible en el sitio web

²⁰ <http://es.tinypic.com/view.php?pic=4fwxs0&s=9#.VklfILcveUk>

del ministerio de Educación²¹. El coordinador de dicho material es Diego Jaimes, que ha dictado y coordinado cursos presenciales en el marco de este programa, y también en calidad de integrante de FARCO. En una entrevista personal para este Trabajo Integrador, el radialista sostuvo que la radio, además de sus aplicaciones educativas, persigue un fin socio-político al ser insertado en ámbitos escolares: “rescatar la palabra de los pibes, ponerlos en un lugar de mayor protagonismo a través de su palabra”²².

En tanto, el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha desarrollado una iniciativa similar de producción radial en las escuelas, en el marco de su plan de distribución de netbooks para alumnos (el Plan Sarmiento). Estamos hablando del programa Red Educación Comunicación (REC)²³ del ministerio de Educación porteño. Según sostiene la página web del sitio: “El acceso a un programa de radio o la necesidad de escribir para una revista de difusión dentro del sistema educativo, implica necesariamente la puesta en práctica de los conocimientos adquiridos en el trayecto escolar de la alumna o el alumno”.

Pero no todos los antecedentes tienen vinculación con lo estatal. Un ejemplo es Amplitud Solidaria. Se trata de un colectivo de comunicadores y profesionales de la radio abocados a la implementación de proyectos radiales en escuelas, ONGs, centros culturales y comunidades. Según su presentación en la página web:

La radio es nuestro vehículo para trabajar la palabra y, a través de ella, la expresión de la identidad, los valores y las riquezas culturales de cada comunidad...las personas encuentran en los talleres de radio un espacio de interacción, de estimulación y de desarrollo de sus potencialidades expresivas..encontramos así la oportunidad de trabajar junto a cada persona en su talento, su autoestima, sus valores e ideas propias.

Amplitud trabaja en forma autónoma desarrollando proyectos con escuelas, comunidades u organizaciones interesadas, pero también a través de la Secretaría de Inclusión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. El objetivo es generar un programa de radio grabado o propalado a través de altoparlantes, no transmitido por aire o internet.

Entrevistamos a David Eskenazi, operador de radio que brinda cursos de operación y edición de sonido para Amplitud, que destacó uno de los principales motivos para utilizar la radio y no otros medios en experiencias educativas y comunitarias: “en la radio con un mic, una consolita, ganas de hablar y música de fondo: ya estás haciendo radio”.

Experiencias concretas con el podcasting en las aulas

Los pedagogos estadounidenses **Mark Gura** y **Kristin Fontichiaro** han experimentado entre los años 2005 y 2010 extensamente con el podcasting en las aulas y volcaron sus

²¹ http://entrama.educacion.gov.ar/uploads/documentos/sintonia_digital/documento_1.pdf

²² Entrevista personal con Diego Jaimes, 11-6-2015.

²³ http://programarec.com.ar/?page_id=62

reflexiones en sendos libros referenciados en el presente trabajo. Además hemos realizado entrevistas con ellos, para profundizar sobre los conceptos y las experiencias.

Uno de los grandes atractivos del formato, desde el punto de vista del docente, es la posibilidad de evaluar un trabajo integral desarrollado por el alumno tal como señala el profesor Gura:

Cuando un estudiante prepara un proyecto y el resultado es un podcast, nosotros podemos evaluar a ese estudiante con bastante precisión, analizando el trabajo que hizo ese trabajo. El alumno no está respondiendo preguntas arbitrarias, sino mirando y trabajando sobre algo real. (Entrevista personal vía Skype, 21-5-2015).

Este docente retirado, que fue director de Tecnología Educativa del distrito de Nueva York, también asegura que las mejores materias para implementar el podcasting como herramienta son los idiomas, ciencias sociales y arte. Es cierto que los estudiantes ya escriben ensayos sobre esos temas, sostiene Gura, “pero en el mundo real no somos influenciados por ellos, es más común ver el tema en la tele y hablar sobre ello”. De todas formas, para realizar el guión es necesario redactar algún tipo de texto, en el que también serán necesarias ciertas competencias de lectoescritura que también son fomentadas con este tipo de proyectos sonoros. Se trata de unir el eje “escribir/leer” con el de “hablar/escuchar”, afirma Gura.

Por su parte, la profesora Fontichiaro, coordinadora del programa “Bibliotecas y Medios” de la Universidad de Michigan, que ha escrito un libro sobre el podcasting en las escuelas, asegura: “el podcasting abre una ventana con los chicos que no teníamos antes”. Además, según remarca, hay una ventaja en la producción sonora, sea radio o podcast, que el video no posee: “los chicos se acercan más: es más íntimo, hay más atención, el lenguaje corporal es distinto”.

Asimismo, según Fontichiaro, los profesores comienzan a ver que muchos estudiantes que no se destacan “académicamente”, sobresalen en el podcasting; el podcasting genera una nueva audiencia. Para algunos estudiantes, es muy interesante hablar al micrófono, juegan “a ser un adulto”.

Objetivos generales y específicos

Objetivo general

Desarrollar un portal para aprender a producir podcasts, distribuirlos y escucharlos, destinado a usuarios de las netbooks del plan **Conectar-Igualdad**, para que integren el formato a las actividades curriculares y como herramienta de expresión libre.

Objetivos específicos

- Diseñar y llevar a cabo un portal para capacitar en la producción de podcasts a través de tutoriales en audio y video; que aporte las herramientas de software para hacerlo y que brinde la posibilidad de alojar los podcasts, promocionarlos y compartirlos.
- Proponer actividades a realizar en el aula con podcasting
- Preparar una propuesta institucional para presentar la plataforma ante las autoridades del plan **Conectar-Igualdad**, portal Educ.ar, portal NAC, Tecnópolis. .

Perspectivas y herramientas teórico-conceptuales

En tanto que la presente iniciativa plantea la utilización de un medio de comunicación (como el podcast) en la escuela, tomamos como apoyatura general el concepto de “comunicación/Educación”, o “ComEduc” o “educomunicación” según lo han trabajado tres autores principalmente: Mario Kaplún, Jesús Martín-Barbero y Jorge Huergo.

Este último en principio resalta el carácter polisémico del término “comunicación”, al que le asigna en su definición más sintética y sencilla la de “producción de sentido”. Pero más allá de justificar la preferencia por una u otra conceptualización, el recordado docente de la UNLP advierte sobre la necesidad de evitar los reduccionismos, que en el caso de la comunicación implica equipararla exclusivamente a los medios masivos de comunicación (y a la educación únicamente con la idea de “escuela”). Explorando la etimología del término “comunicar” encontramos otros sentidos, que no reemplazan los ya citados (producción de sentido y medios de comunicación) sino que los complementan y sobre todo, le aportan una perspectiva política sobre la que se apoya el enfoque de Huergo sobre la comunicación/educación y que hacemos nuestro para el presente proyecto.

Hablamos de la raíz de la palabra “comunicar” que viene de “poner en común”, “comulgar” y sobre todo “compartir” que, tal como señala el autor citado, enfatiza el carácter social y humano del acto comunicativo, por sobre otras definiciones más abstractas, instrumentales y utilitaristas. Hablar de comulgar y compartir a la hora de comunicar agrega un plano adicional al de las discusiones sobre el mensaje y el medio, o sujeto y objeto, y nos lleva a otro más existencial, de la praxis comunitaria, social y humana que **Podcast-Igualdad** se plantea como eje.

Cobra más claridad esta definición de “comunicación” cuando se la contrapone con la “Información”, palabra de la que Huergo también recupera su raíz etimológica: “meter adentro”, y “dar forma desde afuera”, en la que el énfasis está, no en el proceso, sino en el resultado, la performatividad o “performance”, que obtiene una “forma” lograda a través de una acción eficiente. Estos conceptos, tan caros a tecnócratas, no son los que guían el abordaje de Huergo sobre comunicación/educación ni el del presente proyecto.

Con respecto a la “educación”, la definición más sintética nos parece la de “formación de sujetos”. Huergo también recuerda la etimología latina de la palabra “educar”, que significa “conducir hacia afuera”, que nos parece una imagen clara sobre el objetivo de lo que debe ser una educación liberadora: lograr que los jóvenes se desarrollen y por caer en un lugar común que no deja de ser válido: “saquen lo mejor de sí mismos”. Huergo también considera que la “educación” además representa una “conquista de un pueblo en la lucha por una vida más digna” (2000). En esa lucha está la conexión entre la educación popular y la racionalidad comunicativa.

Hay que destacar que al combinar ambos conceptos, educación y comunicación, estas definiciones no pueden simplemente sumarse, ya que entendemos que lo que se genera es un campo nuevo, tal como aclararon los tres autores antes mencionados. De ahí el énfasis que se hace en la barra (/) que reemplaza a la “y”.

Sin embargo, son muchos los que observan que se interpreta a la educomunicación simplemente como la experiencia tecnológica, mientras que debería centrarse en “la vertiente

humana” (Zechetto, en Cicalese, 2010, p.96). De acuerdo a Kaplún (2001), La “educación” es un campo aplicado de intervención sociocultural, que se sitúa a medio camino entre lo interpretativo (el “ser”) y lo normativo (el “deber ser”), y se concentra en la planificación de acciones y estrategias desde la relación transversal educación/comunicación, con apoyo o no de medios y tecnologías, y entendiendo ambos fenómenos como dimensiones inseparables de lo político. Sólo aquel contenido que hemos tenido ocasión de comunicar es susceptible de ser asimilado y se convierte en vehículo de autonomía y cambio social.

“La apropiación del conocimiento y su comunicación “no son dos etapas sucesivas de una secuencia en la que primero lo adquirimos y luego lo vertemos sino dos actos simultáneos, en dialéctica interacción: se llega a la plena posesión de un conocimiento cuando existe la exigencia -y a la vez la oportunidad de comunicarlo a otros”. (Kaplún, 1993).

La comunicación/educación no es entonces una materia, sino una perspectiva educativa, que emerge a partir de los nuevos lenguajes surgidos en la sociedad tecnológica, y que dan lugar a la transversalidad y convergencia que toca todos los programas educativos (Zechetto, en Cicalese, 2010, p.99). Tampoco es -según explica Huergo (2000)- “acuerdo”; es encuentro, no es feedback o “retroalimentación”. No busca la construcción de una comunidad “ideal”.

En el marco de una concepción de la educación más humana, integral y contestataria, la propuesta de Podcast-Igualdad pretende marchar a contracorriente de modelos sociales basados en la competencia feroz, en la que se destruyen lazos de solidaridad e identidad, como sostiene Daniel Prieto Castillo (en Cicalese, 2010, p.54). Buscamos también la construcción de las identidades desde el camino a la diversidad, y no leerlo todo desde un solo punto de vista. Esta comunicación se centra, para lograr eso, en un reconocimiento del otro. No se busca la transmisión de certezas que concibe tomar al otro como un aprendiz de una cosmovisión en la que es imposible encontrar una fisura, hacer una pregunta o dialogar.

Por todo esto, es central en la delimitación del marco teórico lo expuesto hace más de cuarenta años por el brasileño **Paulo Freire** en su clásica obra “Pedagogía del Oprimido”, en la que denuncia un tipo de enseñanza que no sólo perpetúa la sumisión de los más débiles a los más poderosos (tanto personas como países) sino que asfixia la creatividad de los educandos: la “educación bancaria”, excelente metáfora que refleja una idea mercantilista y materialista de concebir a la educación, en la que algo inerte -como el dinero- es insertado en un recipiente vacío (la cabeza de los alumnos). En este caso, hablamos de los contenidos curriculares, rígidos, bajados desde el Estado a través del docente, que se depositan en la cabeza de los educandos, que los van acumulando y cual ahorristas se enriquecen cuanto más llenas estén sus “cabezas-cajas de ahorro”. Lo que termina logrando esta estrategia es disciplinar la conciencia de los educandos, acomodarlos al mundo de la opresión, dice Freire: anestesiarlos.

Huergo (2000) describe en detalle los objetivos de la educación según su concepción “bancaria”: el disciplinamiento social, la racionalización de las prácticas culturales, la construcción de un “estatuto” de la infancia, la producción de una lógica escritural basada en el libro, demoler e invisibilizar otras formas de educación popular (como la tradición oral²⁴), la

²⁴ Huergo cita a Anibal Ford cuando identifica las similitudes entre las culturas orales y las electrónicas: como la primacía de lo concreto sobre lo abstracto y la no verbalidad, estimulación del hemisferio derecho del cerebro, el de las emociones y sensaciones. En el mismo sentido se expresa Martín-Barbero (1997) cuando afirma que la visualidad de los medios electrónicos favorece una nueva “oralidad”.

formación de ciudadanos para el Estado moderno y la preparación para el trabajo. Es una educación pensada para una juventud entendida como "una categoría de tránsito..." valorada por lo que será o dejará de ser" (Reguillo, 2007). Como señala Jesús Martín-Barbero este es un modelo mecanicista y unidireccional que consiste, principalmente, en la transmisión de contenidos memorizables empaquetados en el que "los maestros detentan el saber de una lectura unívoca".

Por su parte, Claudio Avendaño (En Comba, 2011) destaca que en el paradigma "bancario" se apuntaba a la universalidad: todos debían saber lo mismo, responder lo mismo en las evaluaciones. Por el contrario, en una educación superadora:

(...) tanto el comunicador/educador como el comunicando/educando entran a formar parte de un juego dialógico y dialéctico del que emanan puntos de encuentro y de influencia mutua que fomentan el auto-reconocimiento de la comunidad en sus propios mensajes -y del comunicador en los del pueblo-. Y es de esta auto-reflexividad y puesta en común que derivan re-conceptualizaciones y nuevos horizontes de significación que ayudan a problematizar críticamente el mundo y a plantear desde ahí mejoras en las condiciones de vida (Kaplún, 2001).

Su alternativa es una educación en la que nadie educa a nadie ni se educa a sí mismo, sino que las personas se educan en comunión, mediatizadas por el mundo. El educador, según esta visión, no sólo educa, sino que también es educado a través del diálogo con el educando, quien al ser educado, también educa. Una educación problematizadora, de carácter auténticamente reflexivo, que busca la inmersión crítica en la realidad, en la que los estudiantes van percibiendo críticamente cómo están siendo en el mundo en qué y con qué están. Zecchetto (en Cicalese, 2010) afirma que este otro modelo consiste en dar sentido, motivación y orientación para la vida, un modelo en el que "los educadores más intuitivos se esmeraron por abrir las mentes de la juventud a una comprensión mejor y más crítica de la realidad, con el propósito de que sean sujetos responsables y activos de su libertad..."

Esa alternativa es la "educación liberadora", una educación que apunte a un desarrollo humano más integral que, permita al educando (y también al educador) alcanzar un mayor desarrollo personal, intelectual y humano, que vaya más allá de cumplir un rol determinado en la sociedad. Se trata de una educación que no tiene nada que ver con aprender "algo de memoria" sólo para aprobar, sino con aprender algo con aplicación real en el mundo concreto de la persona, no "cuando sea un adulto, o sea grande", sino ahora, en su mundo. A eso se refería Freire cuando hablaba de "leer el mundo" y para estimular esa capacidad los estudiantes deben aprender a través de la experiencia propia. El objetivo último es conceptualizar, sistematizar, conservar y recuperar conceptos e ideas según la necesidad pero a diferencia de la "bancaria", se busca que los estudiantes realicen ese recorrido motivado por algo que los atraviese a ellos. Lo que se busca evitar a toda costa es que repitan contenidos mecánicamente que "les entran por una oreja y les salen por la otra", lo que es una manera muy gráfica de afirmar que lo enseñado no se les "hizo carne": no lo pensaron por algo que ellos vivían, lo incorporaron por obligación y superficialmente, y después no lo van a poder aplicar en la vida real porque si bien lo estudiaron y lo aprobaron no lo aprendieron²⁵.

Por otra parte, la "educación bancaria" no sólo es cuestionada por su tinte paternalista, ha quedado obsoleta en el marco de los cambios propiciados por la irrupción de las "nuevas

²⁵ Martín-Barbero (1997) ubica en el siglo XVII el cambio de paradigma de un saber "por prácticas" a un saber "por libros".

tecnologías”, que han aumentado en forma exponencial el contrapeso que ofrecían los medios a la escuela tradicional. Hoy los alumnos pueden constatar, comprobar, cuestionar y debatir con compañeros la clase que les dicta su profesor en el momento, mediante el acceso a -por ejemplo- Google y Whatsapp con sus netbooks y/o teléfonos. Ni hablar cuando llegan a sus casas, en las que no tienen sólo acceso al manual certificado de la clase y tal vez a la Enciclopedia familiar sino un mundo de información a través de Internet. En educación, con la llegada de las TICs, “las conductas van por el ascensor y los conceptos por la escalera” (Piscitelli, 2009).

Kaplún cita al pedagogo paraguayo Juan Díaz Bordenave cuando distingue tres tipos de enseñanza: con énfasis en 1) los contenidos (modelo sarmientino), en 2) los efectos (modelo desarrollista y en 3) los procesos. **Podcast-Igualdad** se apoya en “3”, ya que busca una formación endógena del educando, que es *sujeto* de la educación y en lugar de *objeto* de la misma.

El aspecto “inmaterial” de la brecha digital

Desde ya, en el contexto de América Latina y tras años de la aplicación políticas socioeducativas varias sobre tecnologías, computadoras o internet no se puede dejar de lado la cuestión de la “inclusión digital”. Lo principal a subrayar es que el acceso no significa uso, y el uso no garantiza acceso, por las competencias educativas de los usuarios que siguen respondiendo a diferencias sociales marcadas por la inequidad.

Tal como lo habían anticipado investigadores del Poynter Institute en su documental “EPIC 2014”²⁶ del año 2005, el descomunal volumen de datos disponibles no es utilizado de la misma forma por todos. La creencia antigua de que el acceso libre a la mayor cantidad de información posible combinada con la posibilidad de debatir libremente sin límites geográficos derivaría en un desarrollo intelectual superador para la humanidad toda queda descartada ante la mayoría de internautas que no puede o no sabe encontrar material útil y aquella minoría que le saca el máximo provecho comercial, cultural y personal.

Más allá de que en la anterior afirmación hay mucho de subjetivo y hasta elitista (¿Qué es desarrollo personal, escuchar cumbia o música clásica?), es cierto que quien se acobarda ante la imposibilidad de realizar una tarea por internet por no poder discernir una fuente verídica de una que no lo es, está corriendo con desventajas. En resumen, internet llega a todos, pero no a todos por igual. Si olvidamos esto, se reproducen en el aula y en el ciberespacio²⁷ las inequidades históricas de nuestras sociedades latinoamericanas. Si creemos que sólo con poner a todas las escuelas online alcanzamos la equidad, estamos equivocados.

El ex ministro de Educación Juan Carlos Tedesco (2000) habla de la “educabilidad” como un concepto a incorporar a la hora de analizar la penetración de la educación. Por un lado existe un desarrollo cognitivo básico que se produce en los primeros años de vida y está vinculado a una sana estimulación afectiva, buena alimentación y condiciones sanitarias adecuadas y por el otro, hay una socialización primaria mediante la cual los niños adquieren los

²⁶ Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=LZXwdRBxZ0U>

²⁷ Lo definimos como “interconexión mundial de ordenadores...incluye al gran océano de contenidos virtuales, a la infraestructura material, es decir, la autopista digital capaz de transmitir toda esa información, y a las personas que lo navegan y lo alimentan...tiene un carácter fluido, hipertextual, interactivo, calculable y tratable en tiempo real” (Ripani, 2013).

rudimentos de un marco básico que les permita incorporarse a una institución especializada distinta de la familia, como la escuela.

Desde ya que el acceso material es importante, incluso por una cuestión de estatus y pertenencia, según observa Rosalía Winocur en base a encuestas sobre cómo justifican ante sus padres la necesidad de contar con una netbook:

La necesidad [de tener una notebook, según los estudiantes] la plantearon en términos de desventajas y de marginación, y así se lo transmitieron a sus padres: si no tengo la computadora no sólo no voy a gozar de sus ventajas sino que voy a quedar fuera de lo que socialmente se ha vuelto significativo en términos de conocimiento, prestigio, placer, visibilidad, competitividad, reducción de complejidad y oportunidades de desarrollo (2006).

Pero de lo que hablamos es de la brecha digital “invisible”, que no se puede medir en chicos *con* computadora o chicos *sin* computadoras. Es lo que Arturo Serrano definió como “la separación que existe entre las personas que utilizan las TIC como una parte de su vida diaria y aquellas personas que no tienen acceso a las mismas o que aunque lo tengan no saben cómo utilizarlas”, es lo que se denomina “acceso simbólico”.

Esa brecha no tiene tanto que ver con ricos y pobres, sino entre los que están informados y aquellos que no (Piscitelli, 2009). No debe perderse de vista esta aclaración cuando se habla de los “prosumidores”. Según la licenciada María Julia Poiré, las habilidades necesarias para hacer uso integral de la posibilidad de creación en la web, no pueden darse por sentadas, requieren competencias que son las que mayor esfuerzo demandan en términos de políticas públicas. Por este motivo, haber nacido en la época hipermediatizada de los “nativos digitales” no garantiza el pertenecer a ese grupo²⁸.

Poiré convoca a preguntarnos entonces si, en simultáneo con la ampliación del acceso material a la red, ha crecido el acceso simbólico por el que los internautas tienen “no sólo la capacidad de ser espectadores en el mundo hipertextual, sino también productores críticos”²⁹. La exclusión puede operar de diversas formas: por falta de infraestructura tecnológica, por obstáculos económicos o institucionales al acceso a la red, y por insuficiente capacidad cultural y educativa para poder usar internet de manera autónoma, además de una desventaja en la producción del contenido que se comunica a través de la web. Esto se ve reflejado en que los internautas de menores recursos tienen a usar más la computadora para jugar y chatear que para hacer la tarea, según se extrae de un estudio de 2006 (Morduchowicz, 2008, p.47). Solo el 10% realiza alguna actividad no lúdica, vinculada a la función “información” de la web.

Las nuevas tecnologías en los medios y la educación

Más allá de lo exclusivamente material, las tecnologías son cosas sociales, impregnadas de lo simbólico y vulnerables a las eternas paradojas y contradicciones de la vida

²⁸ Belinche Montequin y otros (2012) en una ponencia sobre la implementación del plan Conectar-Igualdad, describen que en la experiencia de campo que llevaron a cabo en una escuela técnica de Berisso, que muchos chicos “nunca habían tocado una computadora...no sabían prenderla ni conectarse a internet...”

²⁹ Como sostiene Jesús Martín Barbero, “una de las formas más flagrantes de exclusión ciudadana se ubica en la falta del derecho a ser visto y oído” (2002). “Ser desconectado es ser sentenciado a la marginalidad (Castells, 2001, p.277).

social, tanto en su creación como en su uso (Silverstone, R. 2004). Raymond Williams (1992) diferencia entre una técnica -una habilidad particular o la aplicación de una habilidad particular (la parte material)- y una tecnología, el marco de conocimientos necesarios para la aplicación de esa técnica (lo material más lo cultural). Por ejemplo, la escritura (técnica) propició el desarrollo de una tecnología o cuerpo de conocimientos más amplios con un alto impacto en la sociedad (la cultura letrada)

La principal tecnología que en la que se apoya el podcasting, que este proyecto busca promover, es Internet, cuya propagación ha impulsado cambios profundos que aún no han sido sopesados por falta de perspectiva. En algunos años la historia habrá de equiparar el período que abre el tercer milenio con otros cambios epocales de la humanidad como la creación de la escritura, la imprenta, la máquina de vapor o la penicilina. Hablamos de una transformación que abarca todos los campos de la vida humana: el comercio, la cultura, la salud, la educación, la comunicación, la sexualidad, y que fue vislumbrada y conceptualizada por el profesor de la Universidad de California Manuel Castells, en su ya clásica obra “La Galaxia Internet”. En poco tiempo, desde comienzos de los 2000, se ha generado una suerte de “*tecnocultura*”, propia de una sociedad de redes que resulta de “la naturalización generalizada de un conjunto de innovaciones y desarrollos” (Urresti, 2008).

Lo mismo señala Roger Fidler (1998) cuando afirma que las nuevas tecnologías se asimilan tan rápidamente que se pierde la perspectiva histórica. Asimismo, algunos de los cambios del siglo XXI que motivarán las TICs “entrarán en conflicto con los valores y estándares sociales de hoy en día” pronostica en su obra “Mediamorfosis”, término que significa “transformación de un medio de comunicación de una forma a otra, generalmente como resultado de la combinación de cambios culturales y la llegada de nuevas tecnologías o sea que, los medios aparecen gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos³⁰. Es decir, los nuevos medios se construyen sobre los cimientos de los viejos. No surgen plenamente desarrollados o perfectamente formados (Winocur, 2006).

En ese mismo sentido se expresa la investigadora e historiadora de los medios Mirta Varela, cuando expone las superposiciones que se observan entre la televisión y Youtube (2009). Ella afirma que se imbrican costumbres y hábitos de televidentes e internautas, como mirar una serie pero haciéndolo en un dispositivo móvil, en el horario de la propia conveniencia, se generan acciones nuevas, como el consumo sin pausa de temporadas de programas (lo que se llama en inglés “binge-watching” o “borrachea de mirar”). Según Varela, esta convergencia que caracteriza a los nuevos medios no es algo exclusivo de la era digital: ya en el siglo XIX, los periódicos populares combinaban texto e imagen, publicidad y noticia.

Lo que sí es un cambio profundo en los medios, señala la investigadora, es el caso de Youtube y su capacidad de absorber todo (videos profesionales y amateurs) y darles la misma jerarquía, y presentación. Tiene el mismo formato un video subido por una multinacional que uno amateur filmado con el teléfono. Nada impide que los dos tengan el mismo alcance, es decir, número de visitas.

Con respecto al impacto en el ámbito educativo, las TICs permiten la superación del modelo unidireccional verticalista docente-alumno, uno de los objetivos centrales de una

³⁰ La entrada de Wikipedia sobre Mediamorfosis grafica algunos de los ejemplos de estos cambios: de las [películas mudas](#) a las películas con sonido y de los teléfonos inalámbricos de los hogares a los [teléfonos móviles](#). A lo largo de la historia encontramos tres grandes motivos que hacen que hablemos del término mediamorfosis; esos tres motivos son la aparición del [lenguaje](#) hablado, el lenguaje escrito y la llegada de las nuevas tecnologías digitales.

educación liberadora. Las condiciones para ese cambio de paradigma han madurado, gracias al advenimiento de esta revolución tecnológica, porque, como subraya Martín-Barbero (2002) parece haber llegado una era en la que el saber “deja de ser el dominio exclusivo de los intelectuales y sus herederos más especializados, investigadores y tecnócratas”.

Volviendo a Castells, el desarrollo de la web ha potenciado a niveles sin precedentes el concepto de “red”, que según él, durante casi toda la historia de la humanidad no había sido tan efectiva como lo eran las organizaciones centralizadas y verticalistas. Internet facilita saltar esos obstáculos y ha generado la transición a una nueva forma de sociedad: “la sociedad en red”, que aún con mayor velocidad completa el proceso de apropiación de la tecnología³¹.

En ese marco, las TICs facilitan la superación de la lógica educativa que se centra en una recepción vertical del discurso del docente, quien, según recomienda Morduchowicz (2014, p.90), debe conocer cuáles son los consumos culturales de los alumnos e incorporar lo que los chicos, ven, leen y hacen fuera de la escuela a la actividad en el aula. No debe ignorar la conexión que hace el alumno entre algo que está viendo en el pizarrón con algo que leyó en algún foro o vio en Youtube. El riesgo de ignorar esas voces es ensanchar la brecha generacional entre educadores y educandos, una brecha³² que no puede ser enmendada más con la soberbia de la concepción del docente iluminado, ni con el desdén por la cultura oral³³ (que se caracteriza por un énfasis en la pragmática y no en la gramática Huergo, 2000:149) y por los medios masivos, prejuicios que han caracterizado a la institución escolar durante mucho tiempo. En tanto, Aparici (2005) lo resume al remarcar que los medios de comunicación y las tecnologías conforman un sistema educativo informal que actúa como escuela paralela a la convencional con sus propios códigos, lenguajes, normas y valores.

Tal como explica Traverso et. al (2013) las TICs favorecen lo que los pedagogos llaman aprendizaje “constructivista”, en el cual el educando es protagonista y aprende mediante la interacción con el objeto de aprendizaje (podcast, Powerpoint, blog) que facilita, como mediador, el docente. Estos teóricos proponen cuatro categorías de aprendizaje 2.0: aprender “haciendo” (generando presentaciones que el docente luego corrige), aprender “interactuando” con sus compañeros, debatiendo una temática vía chat, foros, correo electrónico, aprender “buscando” online, aprender “compartiendo” con sus pares lo que ellos producen. Además, tal como subraya Martín-Barbero (2003), las nuevas tecnologías permiten construir puentes entre campos que la escuela tradicional mantiene arbitrariamente separados: la ciencia y el trabajo, por un lado, y el juego y el arte, por el otro.

Por su parte, la institución escolar reaccionó en forma defensiva ante la irrupción, no de las TICs, sino de los medios de comunicación masivos que caracterizaron al siglo XX: cine, radio y televisión. Martín-Barbero (2002) afirma que ante unos alumnos³⁴, cuyo medio-ambiente

³¹ En el caso de Internet, el tiempo transcurrido entre aprender a usar la tecnología y modificarla con su uso se ha reducido drásticamente en comparación a otras innovaciones, generando un círculo virtuoso entre la difusión de una innovación y su upgrade. Para Castells, “esto es lo maravilloso de la tecnología, que la gente termina haciendo con ella algo distinto a lo que era el propósito original de la misma” (2000, p.195)

³² Diego Jaimes, de AFSCA, en entrevista personal para este trabajo también señala la existencia de esa brecha cuando dice “ La escuela se labura con las generaciones más nuevas. Los pibes cada vez más chicos van teniendo otros códigos que si no los entendés...si vos tenés que enseñar algo no vas a poder. Y le vas a echar la culpa a los pibes. Se tienen que adaptar de los dos lados. La Escuela es una Institución del Siglo XIX, con docentes del Siglo XX, en el Siglo XXI”.

³³ Jesús Martín-Barbero (2003) razona que ese desprecio se debe a una asociación “clasista” de la cultura oral con el analfabetismo y la incultura.

³⁴ .Natalia Sarena (2006) explica que “Estamos frente a un consumo cultural, o tecno – cultural que genera sus propios códigos, que interpela fuertemente a los jóvenes y que genera crisis ante otras instituciones de la sociedad”.

comunicativo los empapa cotidianamente de esos saberes-mosaico que circulan por la sociedad, la reacción más frecuente de la escuela sea de atrincheramiento en su propio discurso, pues cualquier otro modo de saber es percibido como un atentado directo a su autoridad.

Todos los autores dedicados a la educomunicación, medios y educación, tecnologías en la escuela, radio en la escuela, coinciden en un concepto: los docentes, los maestros deben actualizar sus esquemas y dejar atrás un conjunto de prejuicios, sobre todo en este contexto, en el que Castells advierte: los alumnos manejan el “idioma tecnológico” como una segunda lengua que, en la mayoría de los casos, hablan mejor que sus educadores”(2001).

Entonces, ¿cuál debe ser el rol del educador en este contexto, que necesita -entendemos- la consolidación e institucionalización de nuevos paradigmas? El profesor, más que antes, debe ser un mediador entre polos opuestos e integrar contrarios: no sólo debe resolver los conflictos, también debe ayudar a crearlos (Piscitelli, 2009). En ese marco, por más que los alumnos estén mejor entrenados en *el uso* de las TICs, el docente bien puede -y debe- cumplir el rol de guía en la búsqueda de la información necesaria para cumplir un objetivo dado. En ese caso, el maestro tiene las competencias y experiencia académica -y de vida- como para poder jerarquizar, organizar y descartar los datos, de la misma forma que lo hacía en la era pre-digital.

En este caso, los estudiantes se beneficiarán de su consejo y experiencia de la misma forma en la “galaxia internet”. No hay que olvidar que, después de todo, las TICs son canales y envases para los datos, pero dilucidar, identificar, clasificar esos datos, diferenciar lo bueno de lo malo, lo valioso de lo inútil, y sobre todo, combinar los datos en forma creativa, hallando relaciones, descubriendo nichos, inventando historias, modificando versiones, son competencias que trascienden el canal y el ámbito en los que ocurren. Con ellas, el docente puede potenciar y darle un valor agregado a la experiencia del “aula conectada”.

En el mismo sentido se expresa Avendaño (En Comba, 2011, p. 183) cuando dice que el educador puede facilitar u obstaculizar el desarrollo de la tecnología: tiene que ver con la predisposición del profesor al mundo tecnológico. En general, el adulto, en este tipo de propuestas debe ser un coordinador creativo, respetuoso de las propuestas que surjan, que haga aportes teóricos y técnicos, y que esté siempre abierto al juego del ida y vuelta (Schujer, 2005).

Barajar y dar de nuevo. Las TICs ¿Cambian paradigmas?

Las TICs comprenden tanto a los dispositivos físicos (o hardware) como las notebooks, tablets o -sobre todo- teléfonos celulares, como a las plataformas virtuales (o software), a saber: redes sociales, blogs, wikis, foros y canales de distribución de audio y video como Youtube o Soundcloud. Estas son las principales características de la tecnocultura que caracteriza a nuestro tiempo, en el que los jóvenes a los que está destinada esta propuesta se mueven con la naturalidad de haber crecido rodeados de esas tecnologías.

- **La inmediatez:** no se puede resaltar demasiado esta cualidad, que se ha transformado en un mandato de nuestra vida. Si pasa algo, lo queremos saber YA. Y lo podemos saber YA, sin necesidad de esperar a la publicación del diario mañana por la mañana, a la emisión del noticiero de televisión esta noche o a la difusión del boletín radial durante la próxima media

hora. Basta con enterarse del asunto en Twitter o Facebook, y luego googlear aplicando el filtro de los últimos 60 minutos para acceder a diversas fuentes sobre el asunto en cuestión (discernir entre fuentes confiables y no confiables es una capacidad que señala diferencias socioculturales, según se menciona más adelante).

-La hipertextualidad³⁵: es una nueva forma de consumo de contenidos, que abandona la linealidad del texto tradicional de izquierda a derecha, a principio a fin del párrafo. El lector va creando su propio “texto” a medida que lo lee, abriendo links, consultando una enciclopedia en tiempo real, clickeando en un banner publicitario al costado del artículo. Castells ya argumentaba en 2001 que internet representaba un nuevo medio de comunicación con su propia lógica y un lenguaje propio, caracterizado por la hibridación de formas de expresión, la posibilidad de manipular la propia experiencia de consumo de medios, la interrelación entre medios, la tridimensionalidad, y la narratividad no-lineal (Castells, citando a Packer and Jordan, 2001, p.201). Nicholas Burbules y Thomas Callister (2001), definen al hipertexto como “una especie de entorno de información en el que el material textual y las ideas se entrelazan de maneras múltiples”. En tanto, Martín-Barbero (1997) lo describe como una escritura no secuencial que se fusiona con otras. El usuario se sumerge en un sistema de referencias cruzadas en las que no importa tanto el texto primario, el sentido “original” de un texto dado, ya que este es una vía de acceso a una red mucho más amplia y compleja de material de referencia que podemos explorar.

-El “multitasking” o simultaneidad de tareas o multitareas: En función del ítem anterior, los consumidores realizan varias tareas simultáneamente, sea en la misma pantalla en la que se hallan (mediante la apertura de muchas ventanas y aplicaciones a la vez), sea en combinación de la pantalla con otras actividades, como leer un libro, escuchar la radio, mirar la televisión, hacer tareas domésticas. Se puede decir que nuestra realidad cada vez permite menos actividades “unidimensionales”, que se puedan hacer sin superponerlas con otras (de hecho hoy en día es una búsqueda consciente, a la hora de hacer yoga por ejemplo o pasar tiempo de calidad (“quality time” en inglés), con los hijos: dedicarles durante un tiempo toda la atención, sin ningún tipo de distracción como teléfonos celulares, chats que surgen o radios que suenan de fondo).

-La fragmentación: la información ya no proviene de unas pocas fuentes, grandes e “institucionales” (los medios, el Estado, la Universidad). Se ha atomizado, hasta generar una constelación de fuentes de múltiples tamaños.

-La horizontalidad: los límites de alcance para un bloguero o twittero tecleando desde su casa pueden ser los mismos que los del sitio web de un gran medio de comunicación como la BBC. Es decir, pueden llegar a la misma cantidad de público. Así han surgido estrellas mundiales como los youtubers o podcasters famosos, por fuera de las estructuras de los medios convencionales. Se debilitó el modelo de la cultura de masas, en el que unos pocos

³⁵ Es lo que Morduchowicz también llama “percepción simultánea” (2008, p.28). Esta investigadora es la que propone superar el concepto unidimensional de lectura (singular) y reemplazarlo por el de “lecturas” (plural), ya que hoy no quedan dudas de que hay diferentes tipos de lector, distintas maneras de leer y diferentes soportes para la lectura. Las pantallas cambiaron las formas de leer. Se ha producido un descentramiento del libro (Martín-Barbero, 2011, p. 54). No hay oposición entre lecturas y pantallas, y no sólo por la convergencia sino porque para los jóvenes, al ser hipertextuales y multi-taskers, no pueden concebir los medios excluyentes entre sí. En cambio, los adultos consideran esta conducta irracional el reflejo de la impaciencia propia de la juventud (Albarelo, 2011, p.107). Albarelo (2011) cita a un adolescente de 15 años que cuenta la experiencia de leer una pantalla con su madre, que se queja de “que baja la página muy rápido...ella quiere leer todo, y yo lo leo por ‘arriba”.

controlaban de modo casi unilateral los espacios estratégicos de lo social frente a una masa homogénea e indiferenciada (Ripani, 2013).

-La cooperatividad: es un nuevo paradigma, el del usuario-contribuyente (también llamado, según otros enfoques “prosumidor”, por producto-consumidor o emi-rec por emisor-receptor), que no recibe verticalmente los contenidos sin poder actuar sobre ellos. Se trata de la comunidad 2.0³⁶, o web 2.0, aquella en la que “bajamos” tanto como “subimos” datos a la web a través de nuestros perfiles en redes sociales, nuestro blog, los comentarios en los foros de los grandes medios y por supuesto, a través de nuestro propio canal de podcast. El término está asociado con las aplicaciones que facilitan prácticas participativas, como compartir información, interactuar con otros usuarios y colaborar (Ripani, 2013).

-La accesibilidad: nada de lo anterior tendría un impacto tan epocal como el que tienen las TICs desde que empezó este siglo si estas herramientas fuesen de un costo prohibitivo para las grandes mayorías. Al ser cada vez más económico y sencillo contar con herramientas materiales y virtuales, estas se han difundido de forma cada vez más naturalizada en nuestras vidas. Como se verá más adelante, este rasgo ha sido particularmente notable en el marco de la radio y la locución y una de las tantas ventajas -además de uno de los motivos del éxito- del podcasting.

No quedan dudas de que estas tecnologías han producido cambios en nuestra cultura, más allá de las innovaciones y los dispositivos, como explica Martín-Barbero:

Lo que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades no es pues tanto una cantidad inusitada de nuevas máquinas sino un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos –que constituyen lo cultural- y las formas de producción y distribución de los bienes y servicio. (2002)

Entendemos que estas cualidades encajan perfectamente con la ya mencionada búsqueda de una “educación liberadora”, ya que van a contramano de la rigidez del sistema bancario. Además, no reconocer y poner al servicio del educador estas TICs ensancha la brecha generacional y cultural que siempre existe entre los docentes y sus estudiantes. Esta separación se sustenta en varios prejuicios³⁷, muchos de los cuáles aún perduran. El teórico de la comunicación hispano-colombiano enumeró esas nociones ancladas en gran parte de la comunidad educativa en detalle:

- Los medios son para entretenimiento, no para aprender
- La tecnología sólo genera distracción de los asuntos importantes.³⁸
- Sólo se aprende lo importante de los libros convencionales.

³⁶ El término fue acuñado por Tim O’ Reilly para referirse a una segunda generación en la historia de la Web, basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios (Traverso, 2013)

³⁷ Diego Jaimes, del AFSCA, a quien entrevistamos sobre experiencias educativo-radiales también afirma que ha notado en el campo que persiste “una mirada paternalista, de pensar ‘yo quiero que cuando usen las computadores, las usen bien. Una mirada prejuiciosa sobre la tecnología, que sólo puede ser utilizada para el entretenimiento. Una mirada que demoniza a los medios porque transmite valores negativos”.

³⁸ Narra Lucía Módena (2013) en su tesis sobre el plan Conectar-Igualdad su visita de campo a un aula en la que una maestra reprendió a una alumna por tener la pantalla de su notebook abierta mientras la investigadora hablaba con la clase. Para Módena, esta reacción evidenciaba la mirada de la docente, que entiende que la máquina sólo puede ser utilizada para esparcimiento.

- La oralidad³⁹ es un rasgo de falta de educación, a la que hay que combatir con el texto escrito.

El presente proyecto se postula como parte del esfuerzo por poner en tela de juicio, y superar esos prejuicios, a través de la praxis que permite una actividad radial canalizada a través del podcasting.

Las TICs no son una panacea: evitar el “tecnofetichismo”

Desde ya que estos instrumentos no son una solución mágica, ni una llave que abre la compuerta de la educación liberadora total. Como todo, tienen un contexto social, político y cultural que debe ser tenido en cuenta. Por eso siempre está vigente la dicotomía de **Umberto Eco** entre los “apocalípticos” e “integrados”⁴⁰: aquellos que demonizan y aquellos que idealizan a las TICs. De la misma manera que existen quienes ven -aún hoy- a las computadoras, la televisión y los medios como responsables de “la decadencia de la educación”, en tanto la lectura de pantallas le quita tiempo a la lectura de libros (según ellos, la única fuente de conocimiento y sabiduría académicamente certificada), también están aquellos que creen que sólo por el hecho de tener toda la clase conectada a internet ésta se volverá más inteligente: son los tecnófilos que dan como tarea *hacer un powerpoint*, en lugar de hacer un powerpoint *sobre algo*: es la falacia de creer que las TICs poseen un potencial educativo intrínseco (Huerdo 2000:55).

Es preciso diferenciar a la alfabetización informática⁴¹, consistente en conocimientos mínimos de manejo de equipamiento, de la alfabetización digital, que implica el dominio de más competencias. De no hacerlo, corremos el riesgo de caer en el tecnofetichismo, por el que cual se cree que basta que un contenido sea vehiculizado a través de una tecnología X, para que este sea eficaz. Tal como dice el **Dr. Clifton Chadwick**, “si se le da un martillo a un niño de cinco años, le va a parecer que todo lo que encuentre a su alrededor necesita un buen martillazo” (Fainholc et al, 1998, p. 23). Escéptico, este académico, llama a no creer que cada nuevo medio que aparece es la respuesta final a todos los problemas de la educación. Como dice el profesor Mark Gura, entrevistado para el siguiente trabajo por ser uno de los primeros en trabajar el podcasting educativo en Estados Unidos, “la tecnología es tan deslumbrante, tan... ‘sexy’ que a veces uno puede marearse con ella” y perder el foco del objetivo pedagógico. Las TICs no pueden ser el objetivo⁴² (entrevista vía Skype, 21-5-2015).

A esta ilusión **Armand Mattelart** la llamó “tecnoutopía”: creer que las redes tecnológicas -por sí solas- producen una democracia directa, una comunicación social armoniosa y un mundo mejor (en Huergo, 2000). La manera de no incurrir en este error es tener siempre presente que las pedagogías van antes que las tecnologías (Pietro Castillo, 1985). Como remarca Schujer: “incluir los medios de comunicación en la escuela no

³⁹ Según explica Huergo (2000), las mayorías populares ingresaron en la modernidad manteniendo un fuerte arraigo en la cultura oral en oposición a la letrada.

⁴⁰ Como advierte Castells: Ni utopía ni distopía: internet intensifica las contradicciones de nuestro mundo, es la expresión de nosotros mismos (2001)

⁴¹ En cuanto a la informática la definimos como la acción de asimilar, tratar y comunicar datos al exterior, a través de un equipo o hardware y programas o software, combinados con una base de datos (López Granados en Fainholc et. al, 1998, p.19)

⁴² Como lamenta un docente de una escuela de Berisso en un informe sobre el Plan Conectar-Igualdad (Berlinche Montequin, 2012): “...muchos colegas le ponen algo a los pibes para hacer en la computadora y no dan clases: hay que darle buen uso a las máquinas”.

quiere decir comprar tecnología moderna y novedosa, sino incorporar a la labor educativa nuevos modos de percepción y lenguaje” (2005).

Lo mismo advierte Hopenhayn (2003) cuando pide discernir entre las ventajas de las tecnologías de transmisión de mensajes y el riesgo de reducir el espíritu a la lógica de la mera transmisión. En tanto, Bianca Racciope (2012) resalta la importancia de pensar las tecnologías como productoras de sentidos y no como meros “aparatos” ya que esta mirada quita lo cultural y lo político de las tecnologías, “les quita el espesor”.

Asimismo, existe un efecto indeseable de la tecnoutopía, según subraya Huergo:

(...)el problema es la aceptación acrítica de instrumentos que nos hacen caer en una lógica mercantil que responde a los intereses de empresas productoras y distribuidoras de equipos, y no a las necesidades del desarrollo (2000).

En un sentido similar se expresa, la docente y experta en radios comunitarias María Cristina Mata, quien ya en 1996, es decir antes de la expansión global de la “Galaxia Internet”, advertía sobre el estudio de la comunicación y la tecnología:

La idea de información -asociada a las innovaciones tecnológicas- gana operatividad y legitimidad científica mientras la de comunicación se opaca o se desplaza y aloja en campos aledaños. Dicho de otra manera, el problema ya no es la ponderación del peso que en la formación del comunicador deben tener los diversos saberes y destrezas sino qué tipo de reflexión teórica puede articularse al quehacer comunicacional sin quedar absorbida o neutralizada por la razón tecnológica y la expansión de la lógica mercantil a modelo de sociedad (Mata, 1996).

De más está decir que la notebook es un elemento que debe ayudar al estudiante a completar una tarea, en lugar de pensar por él (Fainholc et. al, 1998, p.27). Hay que diferenciar entre enseñar su funcionamiento y enseñar *mediante ellas*. O como señala Cicalese, se trata no sólo de bajar información, sino también de subirla (2010, p.150). También Diego Jaimés, coordinador de FARCO, advierte sobre este encandilamiento cuando recuerda que no hay que “pensar que poniendo a los pibes a laburar con una computadora estás automáticamente innovando y transformando el conocimiento, ya que lo único que cambió es el soporte y capaz que es más innovador un debate surgido desde el pizarrón”.

Los jóvenes y las TICs en su casa, su escuela y con sus amigos

Nuestro proyecto está orientado a los jóvenes en general, y en particular a estudiantes secundarios de escuelas públicas que posean o utilicen una netbook del programa **Conectar-Igualdad**. A los efectos de comprender mejor la delimitación del perfil de destinatario, definiremos algunos conceptos según nuestro marco teórico.

En principio, para la idea de “juventud”, nos remitiremos a la investigadora **Rossana Reguillo** para recordar que:

En relación con los modos en que la sociedad occidental contemporánea ha construido la categoría 'joven', es importante enfatizar que los jóvenes, en tanto sujeto social, constituyen un universo social cambiante y discontinuo, cuyas características son resultado de una negociación-tensión entre la categoría sociocultural asignada por la sociedad particular y la actualización subjetiva que sujetos concretos llevan a cabo a partir de la interiorización diferenciada de los esquemas de la cultura vigente (2007).

Los destinatarios de **Podcast-Igualdad**, son adolescentes comprendidos en la población de la escuela media, nacidos -como muy temprano- en el último lustro del siglo XXI: una generación marcada por el acceso a internet de banda ancha desde la más temprana infancia, rodeada de dispositivos móviles con conectividad y regida por la instantaneidad. Algunos los llaman "nativos digitales"⁴³. Un término acuñado por Marc Prensky en 2001, que aún se utiliza mucho y que define a aquellas personas que se criaron con las tecnologías antes citadas, y que no conocieron el mundo del que provienen los llamados "inmigrantes digitales"⁴⁴, que vivieron en una época sin smartphones, sin internet, sin redes sociales, sin Youtube, es decir, la era analógica en la que los contenidos audiovisuales casi exclusivamente llegaban a través de la radio y la televisión.

Tal como nota Francisco Albarello, doctor en Comunicación de la Universidad Austral, éstas dos categorías conviven en el hogar. Según un estudio que realizó en 2008⁴⁵, la mayoría de los jóvenes de entre once y diecisiete años considera que sus padres no usan la computadora, o que la usan en forma muy limitada, incluso cuando la usan para trabajar. Según el mismo sondeo, los adultos también están motivados por el interés personal en igual proporción que la necesidad, mientras que para los adolescentes el interés personal es abrumadoramente mayoritario (89,4%). Para la mayoría de los adolescentes, la PC es algo interesante que los mueve a aprender, más allá de las obligaciones del estudio y que favorece un actitud autodidacta (Albarello, 2011, p. 32).

Según Morduchowicz, una de las principales características de esta generación es que se siente como pez en el agua en la intertextualidad que caracteriza a la "Galaxia Internet", y que es uno de los elementos que conforman lo que la investigadora también llama "Cultura Mosaico"⁴⁶, que se caracteriza por la dispersión y el caos aleatorio (Piscitelli, 2009, p.196).

Con las nuevas herramientas, los jóvenes también interpelan fuertemente a la escuela, de una manera que sólo les permite el acceso a un universo de información, que en otras épocas no existía, o como afirma Avendaño: "antes no pasaba nada por fuera de la escuela, ahora todo pasa" (En Comba, 2011, p.185). Aunque es cierto que la institución escolar tampoco colabora para reducir esta brecha generacional con sus alumnos, tal como señalan

⁴³ Aclaremos previamente por qué éste término no se puede aplicar automáticamente según criterios de edad, en la página 29

⁴⁴ Estos inmigrantes, al igual que un inmigrante geográfico, mantienen su acento en el país de destino, aunque a veces desaparece con el correr del tiempo. El acento de los inmigrantes digitales es, por ejemplo, imprimir un mail, editar un documento sobre el papel, llamar a alguien para que se acerque a ver en nuestra pantalla lo que podríamos enviar a través de un link

⁴⁵ Para la obra citada, que es la tesis doctoral del investigador, se hicieron 37 entrevistas en profundidad, con metodología cualitativa, a jóvenes escolarizados, de 14 a 18 años de edad de la Ciudad de Buenos Aires, y a docentes mayores de 27 años, también residentes en la misma ciudad. El sondeo se complementó con una encuesta a 330 jóvenes del mismo lugar, de distintos niveles socioeconómicos, asistentes a establecimientos tanto estatales como privados, y a 65 docentes.

⁴⁶ Esa cultura proviene del zapping, que fue el primer instrumento que a través del control remoto y la grilla ampliada del cable, comenzó a darle más autonomía a los receptores. Para Morduchowicz (2014, p.33), el zapping "no es solo una respuesta frente al televisor, sino una actitud ante la vida".

prácticamente todos los autores consultados. Esto se basa en ciertos prejuicios que es necesario derribar y superar, como el que sostiene que los jóvenes son menos sociables o más introvertidos por pasar muchas horas conectados en internet. En realidad, los actuales jóvenes son tan gregarios como lo eran sus antecesores, sólo que utilizan otro canal. Según Martín-Barbero (2003), si hay adolescentes solitarios o aislados no es responsabilidad de las tecnologías, sino de una sociedad “insolidaria” y una escuela que pone a los chicos y chicas a competir en lugar de a crear e innovar.

También hay que descartar la creencia de muchos adultos, incluidos muchos educadores, de que el consumo de contenidos a través de la pantalla redundaría en una disminución de la lectura o en un peor desempeño intelectual. Asimismo, otra preocupación a revisar es aquella de que los jóvenes escogen la vida “virtual” por sobre la “real”, siguen prefiriendo pasar tiempo con sus pares, “cara a cara”, más que pasar tiempo conectados a internet. Salir con amigos sigue siendo la actividad predilecta (Morduchowicz, 2008).

En ese sentido, Rosalía Winocur (2006) subraya que, si bien los jóvenes se sumergen con ímpetu y pasión en la experiencia virtual, cristalizada sobre todo a través de la creación y uso de perfiles en redes sociales y comunidades virtuales, “no lo hacen al margen de las instituciones donde se organiza su vida cotidiana, sino precisamente desde esos lugares”. En resumen, la escuela sigue siendo un espacio de socialización fundamental para los jóvenes.

Es evidente que para muchos jóvenes el ámbito electrónico se ha convertido en una segunda naturaleza, merced al conocimiento que han adquirido de los dispositivos y los entornos. Es un conocimiento que ya prácticamente se ha vuelto instintivo, como lo es manejar, nadar, cantar para muchos: no lo hacen *pensando que lo hacen*; simplemente, *lo hacen*. Manejan un mouse o una pantalla táctil, con una agilidad tan desarrollada que es difícil para ellos entender cómo sus padres o abuelos tienen dificultad, por ejemplo, para aprender cómo darle inicio al video de Youtube, o darse cuenta dónde está la caja de búsqueda en un buscador o conectar un pendrive.

Al igual que en otros campos de la vida, el conocimiento siempre da al individuo una mayor autonomía, pero al ser un conocimiento que la gran mayoría de sus adultos cercanos no domina o domina menos que ellos, son muchos los jóvenes que se sienten resguardados de la mirada supervisora de sus progenitores estando en el mundo virtual, hablando el idioma de las TICs. De alguna forma, este distanciamiento generacional, en el que los hijos tienen más fluidez que los padres en una forma de conocimiento, es percibida por muchos jóvenes como una suerte de emancipación temprana, previa a la económica de dejar de depender del bolsillo de sus padres y posterior a la de comenzar a reunirse con amigos y amigas sin la presencia de adultos. Nunca antes la cultura juvenil escapó tanto al control de los padres como en la actualidad (Morduchowicz, 2008, p.29).

Este estatus de expertos en tecnologías de la casa es el motivo por el que muchos jóvenes no están interesados en compartir los usos de los medios que hacen con sus padres, ya que sienten que no pueden aprender nada de ellos. Según cuenta Morduchowicz, ver televisión es la única actividad recreativa que muchos padres sienten que pueden compartir con sus hijos.

Lo mismo señala Sarena (2006): “en los usos de internet, un rasgo atractivo para los jóvenes es que no vislumbran que la red esté controlada por los adultos, ya sea en tanto gobierno, los padres u otras instituciones”. En Internet, muchos jóvenes se sienten tan libres

como en las experiencias de nocturnidad del pasado, como salir a bailar”⁴⁷ (que sigue siendo una de las actividades favoritas de este grupo etario, según las encuestas de Morduchowicz y Urresti).

Estas analogías no deben dejar de lado que siempre estas expresiones de aparente liberación de la tutela paterna/materna, sea a través de las redes sociales, las discotecas, el tatuaje u otras vías, están mediadas por otros “poderosos”, que se benefician permaneciendo invisibles y dejando que los jóvenes construyan esa idea de autonomía y emancipación.

Con respecto a la vida familiar, adultos e hijos pasan más tiempo en los hogares, pero eso no significa que pasen más tiempo juntos: se ha producido una modificación *espacial* en las familias: de la calle a la casa, por temor al delito y por falta de actividades, y del comedor a la habitación por la diversificación de los entornos mediáticos de las familias. (Morduchowicz, 2008, p.35).

Con respecto a la interacción con los pares, no quedan dudas de que la sociabilidad directa -cara a cara- y la virtual -a través de la pantalla- se complementan. La tecnología no anula la vida social de los jóvenes y la supuesta soledad y aislamiento de los jóvenes debido a la tecnología está muy lejos de comprobarse. Las nuevas tecnologías han generado entre los adolescentes nuevas formas de sociabilidad complementarias e intercambiables, como dice Winocur (2006), los jóvenes no se desconectan de internet aunque no estén frente a la pantalla de la computadora (a través del teléfono celular, esto es bien claro), ni se abstraen del mundo real aunque estén navegando.

De acuerdo a Urresti, el software e internet están básicamente vinculados -entre los jóvenes- a la recreación y la comunicación, y recién en tercer lugar a su función educativo/informativa (2008). La socialización que permite la capacidad de mantenerse en contacto es fundamental para este grupo etario, cuya personalidad está en plena formación y depende de la mirada de sus pares. El conocimiento de los pares, el autoconocimiento y el aprendizaje en la acción son cada vez más importantes en el proceso de aprendizaje contemporáneo. Lo mismo argumenta Morduchowicz (2014, p. 105-6): los interrogantes que se plantean los adolescentes sobre sí mismos son siempre en relación con los otros y las redes sociales les permiten testear su personalidad con sus pares, porque la figura del adolescente difícilmente se entienda sin sus amigos (Morduchowicz, 2008, p.93).

Más allá de la importancia que mantienen las actividades “desconectadas” u “offline”, es decir por fuera de internet, es cierto que han operado en los últimos años ciertos traslados centrales en cuanto a lo físico-espacial gracias a las TICs. Urresti explica que el rol que tenían ciertos lugares de encuentro para los jóvenes, particularmente en la ciudad de Buenos Aires, como galerías, plazas y algunos negocios clave que han sido reemplazados por los foros primero, y por las redes sociales después⁴⁸.

Hay, finalmente, otra característica de lo que Urresti llamar “ciberculturas juveniles” que queremos resaltar: las transformaciones de la intimidad. No solo se inscriben los jóvenes en un nuevo paradigma de lo público y lo privado, sino que pertenecen a una generación que está

⁴⁷ Tal como sostiene **Mario Margulis** (1994) en su análisis de los hábitos nocturnos de los jóvenes porteños, “la ciudad es de los jóvenes mientras los adultos duermen, se resignifica y se aleja del poder...hay una ilusión de independencia mediante la apropiación de un tiempo no colonizado por la lógica de la reproducción económica, la industria o la banca”.

⁴⁸ Castells (2001) sostiene que pasa lo mismo con la comunidad suburbana de los Estados Unidos: las redes han funcionado como sustituto de los vínculos de sociabilidad tanto en ciudades como en suburbios.

mucho más dispuesta a abrirse y compartir cuestiones sentimentales o sexuales. Es una generación que valora mucho más su propia opinión... y por eso “no es casual que se genere una verdadera avalancha de testimonios y confesiones online” (Urresti, 2008). Esta es la llamada “ciberdesinhibición”. La misma noción de “intimidad” no está entre las más valoradas entre los jóvenes como sí lo es la “popularidad”. (Morduchowicz, 2014, p.116).

La radio, madre del podcasting

Como señala la consultora en producción radial estadounidense Valerie Geller (1996):

La radio es una extensión mágica del espíritu humano, puede gritar y hacer que el oyente siente, ría, piense y llore. La radio bien realizada es verdadera y genera una reacción. Y logra que el oyente quiera seguir escuchando por la esperanza de que todo vuelva a suceder”.

En principio, entendemos al podcasting como una continuidad⁴⁹ de varios de los elementos de la radio, sobre todo en lo que hace a la narrativa sonora. En una definición lo más general posible de la radio, José Luis Fernández (en Comba, 2011) sentencia:

(...) existe una institución, denominada emisora, que provee cierto herramental técnico, edilicio y administrativo que permite emitir hacia el resto de la sociedad series de textos de distintas características. Los rasgos comunes de de estos textos sólo parecen circunscribirse a que deben ser recibidos - gracias a la posesión de otro dispositivo técnico denominada “receptor”- a través del oído y que a ese heterogéneo conjunto discursivo la sociedad acepta atribuirle sentido.

Existe un consenso sobre algunas características de la radio, que se mantienen hoy en día y que siguen poniendo a la radio como una herramienta muy tentadora para incorporar al aula.

-Es **democrática**: porque sigue siendo uno de los dispositivos más económicos. Todas las encuestas señalan su presencia prácticamente universal sin importar las variables geográficas, de edad, de nivel educativo o de ingreso. Todo el mundo puede escuchar radio (hasta hace un tiempo, sin embargo, muy poca gente podía *hacer* radio, pero eso ha cambiado con el podcasting y la radio por internet).

-Es **inmediata**: si bien la combinación de redes sociales con teléfonos inteligentes es hoy en día la opción más rápida para difundir y recibir información de último momento, entre los medios convencionales, la radio aún puede alardear de ser el medio del “ahora”. Sólo es necesario el cronista con un teléfono en el terreno para que la radio “esté allí”.

⁴⁹ El radialista y docente español **Santiago García Gago**, experto en TICs y radio, discrepa con nuestra postura sobre la continuidad, por lo menos en lo que respecta a la actualidad: “creo que la radio ha asumido el podcasting como un formato nuevo, no como una continuación de nada, sino como una herramienta para ofrecerles a los oyentes la posibilidad de escuchar la programación si no lo pueden hacer regularmente. La mayoría de las radios no busca explorar las posibilidades de usar el PC como un formato aparte. Además, las radios no producen podcast originales, sino que suben sus programas online”.

-Es **barata**: no sólo desde el punto de vista del receptor/oyente, sino también como productor/emisor. No quedan dudas que poner al aire una transmisión, una programación, conseguir los equipos, acondicionar el lugar de la emisión, es mucho más económico en el caso de la radio que en el de la televisión.

-**Permite realizar otras tareas mientras se la escucha**: si bien han cambiado los hábitos en muchos hogares y la televisión pasó a cumplir la función de telón de fondo de las actividades cotidianas, la radio es la única que puede emitir su mensaje íntegro mientras el destinatario se dedica a otra cosa, como manejar o lavar los platos, por ejemplo. Es cierto que, como consecuencia, la radio “sufre por su propia generosidad” ya que su mensaje es muy fácilmente “interrumpible” (McLeish, 2008). Este es otro aspecto que el podcasting permite resolver, ya que el oyente puede pausar y luego retomar.

- **Nos libera de la tiranía de la imagen**: en una sociedad que ya se ha acostumbrado a que la vista opaque muchas veces la reflexión, la radio es un refugio en el que se permite que el discurso y el contenido se conviertan en las principales estrellas. Además, ya pensando específicamente en el público de este proyecto -los jóvenes- el lenguaje radial permite sacar el foco del aspecto físico propio y de los demás.

-**Apela a la imaginación**: de ahí que se la de en llamar “el Teatro de la Mente”. Con una voz, un buen texto, una música de fondo apropiada y unos efectos sonoros certeros, la radio puede lograr el efecto emotivo de una gran producción cinematográfica, porque el destinatario “se hace la película en su cabeza”. Es por eso que Marshall Mc Luhan definió a la radio como un “medio cálido” porque el consumidor se puede “sumergir” en el mensaje, “dejarse envolver” por el mismo.

Es que en definitiva, la “percepción es un proceso creativo”⁵⁰, al decir del radialista y académico Ricardo Hays (2004). En idioma radial, en el que sólo entra en juego el sentido del oído, esta percepción creativa está más desarrollada y exige construir una “imagen acústica”, una evocación mental de los objetos. El radioescucha transforma la información acústica en una imagen óptica que se forma en su cerebro: el oyente participa activamente en el proceso de construcción de sentido, y el mensaje que recibe adquiere, por ese motivo, una mayor carga emocional y por lo tanto, una mayor eficacia pedagógica (Schujer, 2005, p.173).

La radio genera imágenes que no están limitadas por el tamaño de las pantallas: “para el guionista radial es fácil llevarnos a una batalla entre duendes y gigantes o llevar nuestra nave espacial a un planeta extraño y distante”. Para eso, el lenguaje sonoro se apoya en cuatro pilares, cuya definición amplía Hays (1999):

- La voz**, la palabra. Elementos lingüísticos o sonidos fonéticos objetivamente organizados.
- La música**. Sonidos objetivos periódicamente organizados.
- Los efectos**. Sonidos del entorno específicos de objetos y acontecimientos.
- Los silencios**. Fragmento temporal insonoro valorable por su carácter significativo.

⁵⁰ **Hays** también argumenta que la radio está capacitada para operar sobre los sentidos comunes (oído, vista, olfato, tacto, gusto) y sobre los llamados sentidos del espacio, de las formas, del equilibrio y la orientación. Este medio tiene la capacidad de poner en marcha procesos sinestésicos, es decir, generar un efecto en un sentido, a través de la estimulación de otro (un ruido que nos da frío, por ejemplo).

No hay nada más que se pueda hacer a través de la radio, y sin embargo es tanto lo que se puede lograr con esos cuatro elementos⁵¹ ⁵². En las últimas décadas, sin embargo, la radio pasó de medio artesanal a una productora de bienes de consumo, asimilándose a la lógica de las industrias culturales, sometida a los dictados del mercado (Haye, 2004). Por ese motivo, las inversiones en horas de edición, guionado, producción para lograr piezas radiofónicas de mayor vuelo creativo, estético, narrativo han dado lugar a las fórmulas probadas y repetidas hasta el hartazgo como por ejemplo, el magazine (un conductor acompañado de colaboradores que tratan sobre diferentes temas) o la radiofórmula (una lista de 200 temas que se emiten durante todo el día presentados por locutores que sólo acompañan la música). Aquí es donde el podcasting puede tomar la posta de aquella radio artesanal en tanto canal para expresión de la creatividad sonora.

Más allá de las teorías, las voces profesionales y las tecnologías usadas, Valerie Geller y el productor radial británico Peter Stewart coinciden en que la principal, más importante cualidad de un comunicador radial es muy simple de definir: poder contar historias⁵³. Algo que está al alcance de incluso quienes no son versátiles en la lectoescritura tradicional, pero sí lo son en la cultura oral, que la educación formal siempre ha despreciado. He aquí un elemento inclusivo y democratizador, que permite acercar a la escuela a aquellos que se han visto excluidos, al menos simbólicamente, de ella. Por ejemplo, un abuelo que no pudo terminar la primaria, pero que es excelente narrador y erudito en la historia del pueblo, puede volver a las aulas a través del podcast que produce su nieto. El mensaje radial (o de podcasting en este caso) es -antes que todo- una narración oral atrapante sobre los temas que nos tocan como ante todo como seres humanos. Y eso es algo de lo que -creemos- es capaz cualquier persona. Según el instructor de radio de la BBC Academy Robert McLeish, para “usar bien” la radio debemos adaptar el lenguaje escrito formal que aprendemos en la escuela y redescubrir nuestras tradiciones orales.

La radio es, como dice María Cristina Mata, *un instrumento de comunicación* (artefacto técnico que recurre a formatos, códigos y criterios de producción), pero también es *un hecho cultural*: “es oralidad, espacio de identidad, una historia de saberes y usos...”. En ese sentido, cabe recordar que en la época de su surgimiento y masificación, entre las décadas del '20 y el '30, la radio rompió el monopolio de ciertas esferas acercándolas a las masas a través de una comunicación directa no mediada por la literalidad como es la palabra hablada. Así, la radio comenzó a informar por fuera de los diarios, a entretener por fuera de los teatros y a musicalizar por fuera de los conciertos.

Pero la radio no escapó a las lógicas mercantiles y comerciales, insertándose en muchos casos en emporios multimediáticos en los que este medio es el furgón de cola de

⁵¹ Están además los recursos expresivos del lenguaje radiofónico, según los definió **Mata** (1993) a) los que tratan de otorgar al discurso un carácter popular y coloquial (como los refranes. b) los que tratan de concretizar ideas abstractas (como las metáforas y las comparaciones), c) los que tratan de impresionar emotivamente al receptor, d) los que buscan atraer la atención del receptor.

⁵² También **José Luis Fernández** (1999) propone tres categorías para el mensaje radial con el fin de hacer análisis semióticos: el modo **transmisión**, en el que la radio pone al aire un hecho que ya es importante per se para la sociedad, como un concierto o un partido de fútbol; modo **soporte**, que es como la recibe el oyente que sólo “ve” de la radio la voz del locutor intercalada con sonidos y música, y el modo **emisión**, en el que la radio se deja “ver” a través de los sonidos del estudio o porque el conductor adopta un rol mediático para realizar una entrevista y ya no nos habla a nosotros en segunda persona. Cabe destacar que en los modos transmisión y emisión, la mención del oyente se puede obviar, diluir o generalizar, mientras que en el modo soporte la comunicación con los oyentes adopta un carácter más intimista, en el que abunda el uso de la segunda persona.

⁵³ En un sentido similar, el productor radial **Alejandro Guevara** (2001), recuerda una serie de documentales que desarrolló para Radio El Mundo en 1998 y que versaban sobre la Historia, la salud, la niñez y otros temas que la producción consideró importantes. Pero el programa más importante para los oyentes fue el dedicado a las historias con mascotas: simples historias de amor. *Simple. Historias. De Amor.*

canales de televisión, diarios o incluso páginas de internet. Pero esta situación, sostiene Mata, propicia la aparición de programas y emisoras que se encuentran con públicos particulares, de “nicho”.

Y es aquí donde el podcasting puede plantearse como una interesante continuidad y superación de la radio, en el siglo XXI, ya que este formato permite liberarnos de algunos restricciones del primer aspecto, el técnico (como la necesidad de contar con una infraestructura costosa) manteniendo e incluso reforzando aspectos del segundo, el del hecho cultural: como la riqueza de los relatos orales y la difusión masiva potenciada por la dimensión hipertextual que permiten las redes sociales.

La radio e internet: más continuidades que rupturas

En tanto antecedente del podcast entendido como un formato sonoro de internet (como el mp3 o el streaming), debemos mencionar que tampoco la radio ha salido indemne del tsunami de internet, y ha experimentado transformaciones, según consigna Mariano Cebrián Herreros en su obra “La radio por Internet”⁵⁴ (2008). Además, como señala en Chris Priestman en el primer trabajo que existe sobre la radio por internet (2002), la web ofrece comunicación simultánea ida y vuelta, disponible las 24 horas, descentralización y basado en dispositivos que poseen capacidad de almacenamiento. Ya vislumbraba este autor que la combinación de la radio e internet permitía recuperar la horizontalidad con la que la radio analógica había nacido en la década del ‘20: producida por individuos u organizaciones de pequeña escala, en las que los oyentes tenían una participación central, que sólo necesitaban audiencias mínimas para subsistir y servían a intereses de nicho, en lugar de masivos.

Tanto la radio web como el podcasting, actúan en este sentido opuesto al de los medios verticales, entre los que se incluye la radio corporativa de los grandes multimedios: producida por organizaciones de gran volumen, jerárquicas, que necesitan atraer a grandes cantidades de oyentes para subsistir y que por ende deben ser lo más generalistas posible, apelando a intereses y apetencias mayoritarias. Este esquema significa la sustitución de la audiencia tradicional de la radio, la audiencia pasiva, por los oyentes internautas (Cebrián Herreros, 2008).

Pasando por alto algunos debates que creemos baladíes sobre lo que la radio es y no es, es indudable que el medio se ha visto potenciado por su integración con internet. Tal como explica José Luis Fernández (2014): por un lado, ha aumentado la oferta de emisoras: se pueden sintonizar emisoras de todas partes del mundo, no sólo por que las analógicas transmiten en dúplex por aire y por streaming, sino porque han surgido innumerables estaciones que transmiten a través de internet. Además no hay límite de frecuencias a asignar ni espectro finito que ocupar. Asimismo, a través de sus páginas web, las emisoras pueden ser contactadas por medios audiovisuales, además de la tradicional sintonía por dial.

Fernández también enumera otros cambios propiciados por la combinación de radio e internet, como la creación de foros que facilitan el contacto entre oyentes que se agrupan en torno a temas de debate, gustos musicales, etcétera, la escucha a través de la computadora,

⁵⁴ Tanto esta como el podcast califican como lo que él define como un “cibermedio”: “emisor de contenidos que tiene voluntad de mediación entre hechos y público, utiliza fundamentalmente criterios y técnicas periodísticas, usa el lenguaje multimedia, es interactivo e hipertextual, se actualiza y se publica en la red internet”.

teléfono inteligente, tablet, televisor y otros dispositivos conectables y la interacción con otros consumos mediáticos mientras se escucha a través de la PC.

Asimismo, este nuevo modelo cuestiona el esquema de “broadcasting⁵⁵” tradicional que le llega al oyente verticalmente de la emisora. Mediante el acceso a archivos, programas, entrevistas grabadas y colgadas del sitio web, el destinatario se vuelve más autónomo.

Pero nuestro proyecto, no es sobre la radio sino sobre lo que entendemos es una de las derivaciones del medio al ser combinado con internet: el podcasting.

Para refrescar una definición general diremos, que el podcast es “un programa de radio que se emite a través de internet y que los oyentes escuchan cuando quieren”. Para una conceptualización más técnica debemos decir que “podcast”⁵⁶, proviene de la fusión de las palabras “iPod” (el primero y más famoso reproductor de mp3, fabricado por Apple) y “Broadcast” (transmisión en inglés) y que “es un archivo en mp3 que se publica en Internet y al que los oyentes pueden suscribirse a través de un protocolo conocido como RSS”⁵⁷, sigla de Real Simple Syndication⁵⁸, una herramienta de software mediante la cual los usuarios reciben información y documentos permanentemente actualizados que deseen previa suscripción a la fuente productora o almacenadora de tales documentos (Cebrián Herreros, 2008). El radialista y docente, experto en tecnología, Santiago García Gago⁵⁹ considera que el podcast “es un envase, más que otra cosa. Es más por la parte técnica que por la parte de producción, su definición” (entrevista personal el 3-9-2015)⁶⁰.

⁵⁵ La investigadora Mirta Varela (2009) afirma en una clase sobre nuevos medios que dio en FLACSO que este modelo proviene “del modo de organización empresarial, acompañada por legislaciones nacionales específicas lo que le dio forma a un sistema que consistió en un único emisor que podía llegar a múltiples receptores en forma simultánea. La conformación de los medios de comunicación de masas debe mucho a esta característica: audiencias dispersas geográficamente y aisladas en el espacio privado que comparten, sin embargo, un mismo programa de radio o de televisión, escuchan la misma música, conocen a los mismos locutores, actores, modas y publicidades, es decir que pueden reconocer una “cultura común” en ese espacio, aunque no tengan participación en su producción”.

⁵⁶ También hay quienes proponen que Podcast puede significar “Portable On Demand Broadcast” (Emisión portátil bajo demanda).

⁵⁷ En “Podcasting Bible”; Mack y Ratcliffe proponen una definición algo más amplia: “un podcast es una serie de programas en audio (o video) distribuidos a través de una dirección URL estática que contiene un canal RSS el cual actualiza automáticamente una lista de programas en el dispositivo del oyente de manera que éste puede descargar nuevos programas utilizando una aplicación (agregador o podcatcher). Los programas pueden ser descargados automáticamente o cuando el oyente decide hacerlo”.

⁵⁸ García Gago (entrevista personal 3-9-2015) afirma que el protocolo RSS va encaminándose a ser reemplazado por los feeds personales de las Redes Sociales.

⁵⁹ Es autor de una obra muy valorada y difundida entre los trabajadores de la radio recientemente: “El Manual Para Radialistas Analfatécnicos”, editado por el Ministerio de Comunicación del Estado Plurinacional de Bolivia en 2013, que también está disponible en versión digital en www.radialistas.net, de donde también se puede descargar uno de los manuales de radio más consultados por comunicadores alternativos latinoamericanos: “Manual urgente para radialistas apasionados”, de José Ignacio López Vigil. Ambas obras se pueden descargar en forma gratuita.

⁶⁰ En forma sucinta se pueden mencionar los siguientes hitos en la corta historia del Podcasting: En la década del 90, algunos servicios comenzaron a distribuir contenido por suscripción automáticamente y específicamente, audio, como la página de audiolibros audible.com. Este sistema conocido como “Push” empujaba el contenido almacenado en el disco rígido automáticamente y lo reemplazaba por material nuevo, pero al ser la capacidad de los drives muy limitada no era muy cómodo ni conveniente para los usuarios. Otro antecedente fue la radio web, que comenzó con la tecnología del streaming a fines de la década de 1990. La necesidad de apropiarse de una copia del archivo, llevó a muchas radios que transmitían vía web a aprovechar la red para subir los archivos durante un tiempo determinado o indefinidamente (Priestman, 2002). En tanto, los cimientos del podcasting fueron colocados con la invención del RSS, una tecnología de distribución de la información creada en gran parte por Dave Winner. Los primeros pasos fueron dados cuando el RSS se combinó con la posibilidad de sincronizar los audios descargados con un reproductor portátil de mp3. El ex VJ de MTV Adam Curry fue uno de los primeros en hacerlo en 2003. En los últimos años, con la propagación de la banda ancha y la aparición de dispositivos de grabación de sonido a precios accesibles, la comunidad mundial de podcasters creció a un ritmo exponencial. Finalmente, llegamos al último lustro, en el cual el podcasting ha ingresado en otro nivel. Ni siquiera es necesario el protocolo RSS, ya que a través de sitios como Soundcloud y gracias a las redes sociales, ya es posible publicar, compartir y escuchar podcasts sin siquiera suscribirse a un canal o sitio, como era el caso de la primera generación de podcasts, que eran pensados para ser escuchados en IPods.

Si bien el podcasting puede ser utilizado para diversos fines que no son específicamente radiales (como las audioguías para recorrer museos o ciudades, o los *vidcasts*, que incorporan la imagen), a los fines de este proyecto consideramos al podcasting como la continuidad, la “hija” de la radio.

Precisamente con respecto al contenido, el podcast se presenta como una continuidad y un complemento de la radio tradicional. Continuidad porque este medio recupera algunos estilos y géneros de las transmisiones por aire, que no se llevan más a la práctica por una cuestión de costos o modas, como los radioteatros, los documentales o las narraciones. En el podcast, se puede utilizar el mismo código para realizar esos formatos que en la radio, con la única diferencia de que los oyentes no los consumirán en el mismo momento de su emisión. En ese sentido, el podcast permite subsanar una carencia de la radio del siglo XXI, que es el poco lugar que se le asigna a las cosas cotidianas, a las historias “micro” que, tal como lamenta Haye (1999), son poco reflejadas por los grandes medios⁶¹.

McLeish (2005) celebra además que la combinación de la radio con internet ha generado la capacidad de extender la vida de programas, boletines y producciones ya emitidos que ahora pueden recuperarse a pedido del oyente (a la carta). Ahora la emisora, a través del podcasting, ofrece al oyente el programa cuando éste quiere, en lugar de cuando lo emite. De esta forma, “el oyente se convierte en director de programación” (McLeish 2005). Según Urresti (2008), esta característica de la web “parece la realización de la utopía del medio comunicativo armado de acuerdo con los gustos y las necesidades de cada comensal”.

Mirta Varela (2009) describe las nuevas tendencias de consumo de medios que este paradigma ha propiciado: el acceso rápido que ha facilitado la banda ancha, permite consumir temporadas completas de series, ver estrenos de cine previamente a su lanzamiento en la cartelera local y encontrar una variedad ausente en los grandes medios de comunicación, que aplican la lógica del “broadcasting” o transmisión ancha, dirigida a la mayor cantidad de usuarios posible, en oposición al “narrowcasting”, o transmisión angosta, que es la que busca audiencias “de nicho”. Esta especialización y especificidad en los contenidos es una de las características -y ventajas- principales de los podcasts.

Otra cuestión es la linealidad en el podcasting. En la radio, a diferencia de la prensa escrita, la selección se hace en el estudio y el oyente no puede “hojear las páginas” en busca del material o el artículo que le interesa se le presenta todo como un flujo continuo. El podcasting también es lineal, pero se puede adelantar o retroceder el archivo en busca del segmento deseado.

Según el radialista español y experto en nuevas tecnologías Santiago García Gago el podcast permite a muchos productores y entusiastas difundir sus contenidos sin el costo de sostener una transmisión en vivo.

⁶¹ De todas formas, también hay gran integración en las grandes emisoras tradicionales entre sus contenidos emitidos al aire y aquellos difundidos con Podcast, que permiten explorar formatos e historias que los programadores consideren poco redituables al aire. Basta con ver el directorio de podcasts de la BBC, RAI y Radio Nacional de España para darse cuenta que esas emisoras articulan sus programas en vivo con repeticiones o síntesis a través del podcast, tanto para quienes quieren escuchar nuevamente los contenidos como para quienes lo hacen por primera vez (en el caso de las noticias, lo más frecuente). Pero no sólo eso: estas radios también utilizan sus recursos para desarrollar contenidos que SÓLO se emiten vía podcast, ya que saben que hay un público que SÓLO consume mensajes sonoros de esta forma.

Es un medio sencillo para la producción. Es relativamente fácil para la gente hacer radio: es hablar, mejor o peor, pero es hablar, incluso para chicos pequeños que aún no saben escribir. Sólo hay que abrir el micrófono y una vez que pierden el miedo, pueden contar historias, inventar personajes. Seguramente muchos más se van a animar que los que se animarían a escribir para el diario de la escuela. Es relativamente barato. Una computadora, unos parlantes, un micrófono...es más económico que una televisión. Son costos que se hacen una vez. Tinta, para los periódicos.

La radio y su continuidad en el podcasting como herramienta comunitaria y educativa

Nuestra propuesta se puede ajustar, a través del uso del podcasting, a los objetivos que postula Carlos Malbrán (2010) para la Radio Comunitaria: democratizar la sociedad, reforzar la escuela como entidad pública e integrarla a la comunidad, mejorar la calidad de vida de los oyentes, y sobre todo, dar a la comunidad la oportunidad de apropiarse de la palabra y dar visibilidad a los discursos que son ignorados por los grandes medios de comunicación. Otras características de este tipo de radio, las enumera Andrés Geerts⁶² (2001) de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER): tomar en cuenta las necesidades prioritarias de las comunidades a las que sirve, representar la diversidad cultural del entorno, apoyar y promover los cambios sociales necesarios para lograr una sociedad más justa

Pero, tal como advierte Claudia Villamayor (1998), la urgencia por poner al aire la vocación por la militancia social, por una participación política y por una lucha contra el sistema de los medios hegemónicos tradicionales -espíritu con el que han nacido muchas radios populares y comunitarias- no debe significar un desdén por las cuestiones artísticas y estéticas que hacen a una radio de calidad, que es la que atraerá y fidelizará a más oyentes. De todas formas, subraya la autora: "la estética sin la ética, no sirve para nada".

Mario Kaplún, uno de los pilares de la radiofonía educativa y uno de los principales referentes para este trabajo, desarrolló varias experiencias y escribió abundante material (detallado en la bibliografía), sobre las aplicaciones educativas de la radio. Para este autor:

(...) la emisora estudiantil es en muchos momentos un aula abierta en donde puede ser profesor cualquier vecino de la comunidad, el artesano que domina su oficio, el obrero que aporta su experiencia sindical, la enfermera o la partera que puede dar consejos sobre el cuidado de la salud sin los tecnicismos y el solemne empaque del facultativo, el abuelo que todavía sabe evocar la vida del Quilmes de antaño(1999).

Es la convergencia entre radio, internet, redes sociales, conectividad, portabilidad la que facilita la generación de nuevos espacios de aprendizaje, ya que tal como afirma Caballero (2008): gracias a dispositivos como la computadora, el iPod o el smartphone, se pueden trascender las limitaciones espaciales y simbólicas que ofrecen las aulas físicas.

⁶² Geerts describe varios tipos de radio emparentadas con la comunitaria: la educativa en la que se basa nuestro proyecto, la alternativa, la popular y la ciudadana.

Además, tal como afirma el manual sobre Taller de Radio Digital de la Dirección Nacional de Políticas Socioeducativas del Ministerio de Educación, (DNPS, 2011):

“La mayor parte de los contenidos curriculares abordados desde distintas áreas del conocimiento pueden desarrollarse a través de la concreción de distintos formatos radiales que tienen el valor agregado, también como estímulo, de poder ser compartidos con sus pares y con la comunidad”.

Esteban Zapata Paéz (2014) analiza para su tesis de grado de la Facultad de Periodismo de la UNLP la experiencia de Radio Patria Tecnópolis y explica que la producción de contenidos para medios de comunicación promueven “el trabajo de verbalización, la posibilidad de sistematizar y estructurar los contenidos de una forma diferente, y el permanente trabajo de análisis crítico para la construcción colectiva de las ‘verdades’ del grupo”. Estas actividades permiten discutir cuestiones como los derechos individuales (sobre todo aquellos vulnerados), así como las problemáticas intrafamiliares y sociales que los niños, niñas y jóvenes experimentan y de los que algunos se animan a hablar por primera vez frente a un micrófono. Los chicos representan un sector de la sociedad que muchas veces no tiene un lugar donde expresar lo que piensa, lo que quiere decir o su forma de hablar y, por tanto, la radio comunitaria se constituye como este espacio (Zapata Páez, 2014).

Por su parte, Diego Jaimes, coordinador de FARCO, justifica la implementación de proyectos radiales-educativos, en el hecho de trabajar

“(…) no solamente un aspecto cultural, sino también social y político de vinculación con el barrio, la comunidad, que ubica a los pibes en un lugar no solamente de alumnos, sino también de sujeto que además de aprender que además tiene cosas para enseñar, compartir. Sobre todo los jóvenes de barrios vulnerables populares, para ir contra una imagen de jóvenes que tiene que ver con el estigma de la vagancia, no hacer nada, perder el tiempo”. (entrevista personal, 11-6-2015)

En el mismo sentido se expresa Fernando Richter, del programa de Radios CAJ del ministerio de Educación:

Muchos pibes que van resolviendo sus “moños” con la radio, y ellos mismos lo dicen, que van superando algunas dificultades en la expresión y la comunicación, evitando los fantasmas de la exposición a la burla, algo muy importante a esa edad. (Entrevista personal, 31-8-2015).

Richter también señala la importancia de no perder el elemento lúdico en toda la experiencia radial. ya que según cuenta, a veces pasa en las escuelas que el alumno no quiere ir, el profe no quiere ir, nadie quiere ir, entonces es importante sacarles el embole y propiciar el disfrute.

Otra justificación para la realización de nuestro proyecto es poder contribuir al reemplazo del concepto de lectura por el de “lecturas”, ya que estamos hoy en día ante nuevos y múltiples tipos de lector, distintas maneras de leer y diferentes soportes para la lectura. Las pantallas cambiaron las formas de leer⁶³. Se ha producido un descentramiento del libro (Martín-

⁶³ Albarello distingue varios tipos de lectura incluso de textos impresos: una concentrada, cerrada, para los libros, pero también otras de estilo “paneó”, “scanning”, o “lectura veloz”.

Barbero, en Morduchowicz, 2011, p. 54). No hay oposición entre lecturas y pantallas, y no sólo por la convergencia sino porque para los jóvenes, al ser hipertextuales y capaces de realizar varias tareas a la vez (con diferentes grados de concentración), no pueden concebir los medios excluyentes entre sí y los utilizan en simultáneo, en su mayoría. Según una encuesta de 2011, sólo uno de cada diez chicos usa un solo medio por vez. El resto lo combina e integra con otros.

Finalmente, es nuestro deseo poder generar con el podcasting lo mismo que según David Eskenazi, operador-editor del programa Amplitud, cuenta que buscan con sus talleres sobre radio:

La villa no es un lugar que me parece que haya cosas tan raras...a nosotros nos tocan cartas para jugar, a estos pibes les tocó un cinco y dos cuatro y no tienen ni para el envido. Pero no hay otro motivo. Los adolescentes que conozco son como yo era ahí, con la diferencia de que viven en la villa con lo que eso implica: no pueden sacar el registro porque no tienen domicilio. NO hay otra razón por la que no pueden salir adelante. Es habitacional el problema. Tienen valores re copados. Ahí te das cuenta de que la sociedad les cierra la puerta. Nosotros tuvimos mejores cartas, pero podríamos estar ahí. Les tocaron malas cartas. Les cambiamos el cuatro que les tocó, por un siete, y ahí te canta un vale cuatro que te rompe el c... El taller de radio puede disparar eso. Ir al ISER a cursar operación técnica de noche es factible. Pero tienen que saber que existe eso. Mal que mal tienen un oficio y después van a laburar.

Desarrollo del proceso de producción y justificación de los recursos elegidos

Los autores de este proyecto somos locutores egresados del Instituto Superior de Enseñanza de Radiodifusión (ISER) y, si bien nuestra profesión tiene diversas facetas que van desde la grabación de comerciales, hasta la actuación como doblajistas, pasando por presentadores de eventos o conductores de televisión, nuestra vocación está puesta en la radio, para cuya formación nació efectivamente la entidad en la que nos formamos. El motivo de la elección del tema responde al entusiasmo que nos genera el podcasting, en tanto nuevo formato para vehicular ideas radiales, problema común para muchos locutores, productores y periodistas que no encuentran espacio en los medios tradicionales.

También deseamos promover el formato en el país, no sólo en las escuelas, sino a nivel general, ya que a pesar de haber nacido en 2004, el podcasting sigue siendo altamente marginal en la Argentina una década después, tanto desde el punto de vista del consumo como del de la producción.

Por otro lado, cabe destacar que la elección del objeto de estudio responde la experiencia propia en el podcasting. Uno de los integrantes del grupo, Fernando Farías, ideó y condujo BA Cast: The Buenos Aires Podcast⁶⁴, uno de los podcasts más populares de la Argentina, y también uno de los más antiguos (lanzado en Octubre de 2010), diseñado para los extranjeros que residen en Buenos Aires. Desde octubre de 2014, encabeza otro podcast, The Bubble⁶⁵, versión sonora del portal de noticias en inglés. A raíz de estos conocimientos, fue invitado a participar de los Encuentros de Locución⁶⁶ organizados por el AFSCA y el ISER para exponer sobre el podcasting como una nueva alternativa laboral para los locutores. El otro integrante, Federico Sartori, ha pasado por todos los puestos de la “cancha” de la radio, medio que lo llevó a estudiar locución luego de haberse iniciado en el periodismo gráfico.

El proyecto para este TIF se inició a fines del año 2013, cuando decidimos abocarnos juntos a la realización de una tesis que tratara sobre el podcasting. Antes, cada uno por separado, habíamos considerado opciones de temas para realizar una tesis de investigación, pero decidimos aprovechar la posibilidad que ofrece esta Universidad de realizar proyectos. Por nuestras preferencias preferimos desarrollar algún tipo de iniciativa concreta, en función de los proyectos que otros compañeros han presentado y que tuvimos la posibilidad de conocer.

Ya para enero de 2014, habíamos establecido el tema, a grandes rasgos: la vinculación del podcast con la educación. La idea siempre fue ofrecer tutoriales y materiales que permitiesen hacer podcasts en las aulas y en función de eso fue que surgió la idea de integrar la iniciativa con un programa en funcionamiento como lo es el **Conectar-Igualdad**, que a nuestro entender garantiza un piso tecnológico desde el cual avanzar, ya que todas las máquinas cuentan con la funcionalidad necesaria para escuchar y desarrollar podcasts.

La primera modalidad que pensamos fue la de un paquete de materiales, recursos y tutoriales, que primero pensamos distribuir como CD-Rom, y luego como un paquete pre-

⁶⁴ www.bacast.com

⁶⁵ www.bubblear.com

⁶⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=494xrklmbNE>

instalado en las netbooks del plan **Conectar-Igualdad**, es decir, una carpeta con todos los contenidos disponibles como un recurso más de los varios con los que las máquinas vienen cargados de fábrica. En esa primera concepción del proyecto, nos planteábamos incluir instrucciones a través de tutoriales sobre cómo publicar los mp3, a través de blogs como Wordpress, o sitios como Soundcloud.

Entonces se empezó a pensar en una lista de herramientas virtuales cuyos instaladores vendrían incorporados a la suite: hablamos principalmente del editor de audio Audacity, además del Skype y un grabador para capturar sus llamadas y un software para descargar sonidos de Youtube. Asimismo, la carpeta preinstalada en las netbooks incluiría una selección de sonidos y efectos con los que los usuarios podrían comenzar a producir sus propios programas, sin perjuicio de todos los recursos que podrían luego obtener por su cuenta. Dentro del mismo paquete, se pensaba incluir tutoriales en audio y video para aprender cómo llevar a la práctica un podcast, comprendiendo todos los aspectos técnicos y artísticos: producción y publicación de los programas, pero también elementos de realización radiofónica como locución, géneros radiales, uso de cortinas, efectos, etcétera, recurriendo a nuestra propia experiencia como egresados del ISER, profesionales del medio y docentes.

No llevó mucho tiempo darnos cuenta de la obsolescencia que representaba la propuesta de incorporar contenidos descargados en las máquinas de antemano, frente a la posibilidad de integrar todo en un solo sitio web, que además de contener los tutoriales, brindara la posibilidad de alojar, distribuir y escuchar los contenidos. Un verdadero portal multimedia en donde todo el proyecto estuviera inserto. No siendo nuestra área de conocimiento, ni el objetivo de este Trabajo Integrador Final, decidimos externalizar todo lo referido a la programación, y contratamos al programador y diseñador Iván Hoffman, que como valor agregado trabaja en el programa **Conectar-Igualdad**.

Debemos señalar que para el diseño del portal analizamos varios portales y resultó Podomatic el más apropiado para adoptar como modelo: este website para la publicación, distribución, promoción y reproducción de podcasts fue desarrollado por los programadores Justin Dossey y Jonathan Kolyer de San Francisco, que funciona desde el año 2005. Según la propia descripción que se puede encontrar en el sitio www.podomatic.com “es la comunidad global líder de oyentes y productores de podcasts” cuyas herramientas “permiten llegar a una audiencia global, a la vez que le permite comunicarse, expresarse y aprender creativamente a través de internet...Podomatic ha bajado las barreras de ingreso para aquellas personas interesadas en producir podcasts y es el único sitio “todo en uno” para cualquier necesidad del podcaster”.

El sitio de **Podcast-Igualdad** está basado en el mismo esquema que utiliza Podomatic: por un lado ofrece un listado de podcasts para cualquier potencial oyente, y agrupa los programas según criterios de género, palabras clave, música utilizada, etcétera, a la vez que ofrece la posibilidad de crear un usuario para convertirse uno mismo en emisor, gracias a la posibilidad de alojar los podcasts en los servidores de PodOmatic y de difundirlos en redes sociales. Al igual que el sitio web que se ha creado para este proyecto, PodOmatic brinda las opciones de descarga o streaming para escuchar los contenidos.

Cabe destacar que fue fundamental en este proceso el haber cursado en 2014 el taller extracurricular de tesis que dictaba quincenalmente la docente **María Julia Poiré** en la extensión ISER de la Facultad de Periodismo de la UNLP, quien desde el primer momento nos dio todo su apoyo y orientación específica ya que ha investigado y publicado sobre temas tecnológico-educativos. De hecho, es una de los autores consultados y citados, según consta

en la bibliografía. Fue ella quien nos guió hacia la decisión de realizar un portal en lugar de un sitio web y sobre todo, quien nos puso en contacto con la directora de la tesis, la licenciada **Paloma Sánchez**, que fue quien nos permitió efectivamente poner en marcha el desarrollo de todo el proyecto desde nuestro primer encuentro en diciembre de 2014.

En el transcurso del 2014, quedó configurada la idea para la propuesta, basada en una oferta multimedial: sitio web para almacenaje y distribución de los podcasts, tutoriales en video sobre grabación y edición, tutoriales en audio sobre lenguaje radial y materiales impresos complementarios para docentes y alumnos, todo disponible en el sitio web de Podcast-Igualdad.

Todo el año 2015 fue dedicado a la realización y puesta en marcha del proyecto (sitio web y tutoriales) en paralelo a la investigación y redacción de la memoria del TIF.

Justificación y argumentación analítica de la creación de la producción en el campo comunicacional.

Circulación y explicitación de los destinatarios (directos e indirectos). Recursos materiales.

Justificación y argumentación

En cuanto al campo comunicacional, la propuesta se enmarca en la transformación que se ha operado en el medio en el que nos desarrollamos los autores: la radio, que está atravesada por una considerable imbricación de formas y métodos *tradicionales*, por un lado, y *novedosos*, por el otro. Son elementos supuestamente contrapuestos que a los fines de resumir llamaremos en este apartado “analógicos” y “digitales”.

En la radio se combinan hoy en día factores “analógicos” como es la escucha mayoritaria a través de ondas del aire y *en vivo*, el énfasis informativo, la actualidad y la masividad, con otros “digitales”: la mayor interacción de oyentes en tiempo real vía redes sociales, la posibilidad de desprenderse de la atadura del seguimiento en vivo (gracias al podcasting, a Youtube o al almacenamiento en sitios especialmente dedicados como Radiocut.fm), sin olvidar la mayor disponibilidad de recursos disponibles para la producción que habilita el acceso a la web, que hoy en día es un elemento casi tan indispensable para la salida al aire como lo es la consola, el micrófono o la antena.

De todas formas, la radio -al menos, las más grandes emisoras- parece venir perdiendo en creatividad, en espacios para la expresión de ideas nuevas, narrativas, producciones sonoras y en general, ediciones que asuman a la realización radial como una especie de arte. Han primado los formatos probados y testeados que dan resultados comerciales, además de un ansia de reducir costos de preproducción que redundan en el uso predominante de los “pisos”: es decir, de las conversaciones no guionadas entre miembros de las mesas de los diferentes programas. El problema de este recurso es que, como cualquier conversación, a veces puede resultar intrascendente para el oyente, al que se le podría ofrecer una gama de propuestas que el lenguaje radial permite y que la radio tradicional -creemos- no está aprovechando del todo, en sus emisoras masivas. Es aquí en donde el podcasting puede ofrecer un refugio para esas expresiones.

Documentales, entrevistas en profundidad, radioteatros, dramatizaciones, presentación de artistas independientes, promoción de música ignorada por el circuito comercial o difusión de ritmos y culturas desconocidos para el público de las radios tradicionales. Todo eso que antes se podía encontrar en algún segmento de las radios convencionales y que hoy está casi en vías de extinción, se puede conseguir en un podcast. Y lo mejor es que no sólo lo puede hacer una gran emisora, con infraestructura empresarial, sino que lo puede ofrecer un productor independiente munido de una buena idea, una computadora, un micrófono y conexión a internet.

Sin embargo, el podcasting como canal de comunicación sonora no ha tenido la propagación que se observa en otras regiones. En nuestro país, es notable la cantidad de

usuarios frecuentes de internet que no saben siquiera lo que significa “podcasting”⁶⁷. Esto es al menos llamativo, a la luz del sólido liderazgo regional de nuestro país en lo que atañe a adopción de nuevas tecnologías, con un 69% de usuarios de al menos un dispositivo digital de acuerdo a la Encuesta Nacional de Consumos Culturales⁶⁸ (ENCC) de 2004. Ese mismo sondeo arroja que es alto el nivel de membresías de Facebook (página más visitada, con el 24%, según la ENCC), usuarios de Twitter, consumo de Youtube (segunda página más visitada según la ENCC), blogs, etcétera. Es nuestro país, además, el de mayor penetración regional en el uso de redes sociales *desde móviles* con un 95%, de acuerdo a un estudio de la consultora eMarketer, reproducido por la agencia Télam⁶⁹.

Teniendo en cuenta estos indicadores favorables a la propagación de las TICs, y considerando la fuerte tradición radiofónica de nuestro país (86% de la población la sigue escuchando⁷⁰), fruto de una innovación constante, que ha sido referencia en el continente, es llamativo que aún no se haya masificado el podcasting. Uno de los motivos centrales de esta producción es impulsar y promocionar este formato, que abarata y masifica el acceso a la transmisión de un mensaje sonoro.

Es en ese marco que consideramos que nuestra propuesta puede resultar muy estimulante en el contexto de una carrera de Comunicación ya que permite difundir entre otros estudiantes, docentes y egresados universitarios la posibilidad de aprender a utilizar la herramienta que, si bien está presentada en un proyecto destinado a adolescentes, bien puede ser trasladada a la Universidad. En un mundo en el que las ondas de aire y las frecuencias de radio disponibles parecen ser inversamente proporcionales a la cantidad de comunicadores con algo para decir, el podcasting puede convertirse en el alojamiento de grandes ideas y proyectos universitarios, que incluso pueden llegar a más oyentes que a través de los canales tradicionales (ondas de AM o FM).

Desde lo conceptual, nuestra investigación hace énfasis en los dos campos descriptos antes: el “analógico” y el “digital” que en el caso de la radio y el podcasting, permite verificar la absoluta fusión y retroalimentación que existe entre ambas esferas, no sólo en los recursos técnicos y artísticos, sino en las cosmovisiones de sus mayores usuarios: los jóvenes que pertenecen al colectivo al que está destinado Podcast-Igualdad, que como se ha planteado en esta memoria no ven una contradicción entre los mundos real y virtual (on-line y off-line).

En cuanto a la vinculación con la educación, son varias las propuestas que se han llevado a cabo hasta el momento integrando a la radio con la escuela que a nuestro entender, presentan una limitación: no han interpretado la tendencia creciente de oyentes y televidentes a escuchar y ver lo que quieren, cuando quieren, mediante el uso de nuevas tecnologías. El

⁶⁷ Durante el Encuentro Nacional de Locución en Tecnópolis, en Abril de 2014, Fernando Farías participó de una mesa sobre “Salidas Laborales Alternativas para Locutores”, en la que expuso sobre el Podcasting: Al preguntarle a una audiencia de comunicadores -en su mayoría, jóvenes- si alguien sabía lo que era el Podcasting, sólo se levantó una decena de manos, de un total de mil asistentes. <https://www.youtube.com/watch?v=494xrkLmbNE>

⁶⁸ La Encuesta fue realizada por el SiNCA, Sistema Nacional de Información Cultural, dependiente de la -entonces- Secretaría de Cultura de la Nación, hoy Ministerio de Cultura.

⁶⁹ <http://www.telam.com.ar/notas/201502/94273-argentina-mantendra-el-liderazgo-regional-en-el-uso-de-redes-sociales-desde-telefonos-moviles.html>

⁷⁰ Según la ENCC: “La radio sigue vigente tal y como lo demuestra el porcentaje de usuarios que diariamente la escucha: 86% de la población. El aparato transmisor de radio también pervive, ya que el 78% de los encuestados lo utiliza. No obstante, el celular va ganando terreno entre los dispositivos utilizados para escuchar radio: más de un tercio de la población lo emplea. La radio es, además, un hábito que se sostiene a lo largo del día: el 60% de la población escucha radio entre 1 y 3 horas por día y sólo un 5%, menos de una hora. Es a través de la radio que mucha gente escucha música, así lo demuestra el hecho de que el 75% de los radioescuchas eligen programas musicales. En segundo lugar se mencionan los programas de noticias (60%)”.

podcasting permite superar el paradigma de la transmisión en vivo que en proyectos comunicativos como el de una escuela, puede llevar a la frustración al cabo de un tiempo por tener escasa audiencia. Es decir, por sentir que el esfuerzo de sostener una transmisión en vivo no se ve traducido en una cierta cantidad de oyentes. En resumen, el podcasting constituye los cimientos de un nuevo paisaje mediático, en el que el contenido producido independientemente coexista con programas “profesionales” creados y distribuidos por los grandes medios (Mitch y Radcliffe, 2006).

Destinatarios directos e indirectos

Los **destinatarios directos** de **Podcast-Igualdad** son los alumnos y alumnas de escuelas secundarias públicas argentinas que hayan recibido su netbook del plan **Conectar-Igualdad**. Los docentes de esos mismos estudiantes se encuentran en este primer grupo también. De todas maneras, la propuesta está abierta a cualquiera que tenga acceso a internet, y que cuente con un equipo que le permita grabar y editar sonidos. No hay ningún impedimento que le permita a cualquier internauta hacer uso del portal para alojar sus audios y transformarlos en podcast y es allí en donde se puede encontrar a los **destinatarios indirectos**: en cualquier “podcaster” potencial.

Los estudiantes secundarios son, entendemos, terreno fértil para esta iniciativa por la familiarización con estas tecnologías y la creciente inserción de los dispositivos en sus vidas. En 2011, la investigadora Roxana Morduchowicz realizó un análisis integral de los consumos mediáticos⁷¹ de los adolescentes argentinos de entre 11 y 16 años y observó que la posesión de teléfono celular había aumentado del 65% en 2006 al 100% en 2011. Cinco años más tarde, estamos a las puertas de certificar su pronóstico de que los smartphones terminarían convirtiéndose en pantallas únicas para los jóvenes. Hoy en día, con Youtube, Spotify, Soundcloud, Instagram y Netflix instalados en los dispositivos, se verifica esa predicción, ya que no es necesario encender ni la computadora ni la televisión para consumir productos mediáticos que antes requerían diferentes plataformas. Los jóvenes expresan como una de las principales cualidades del dispositivo es que los hace sentir acompañados, por ejemplo, a través de la música que “es la principal marca de identidad y el principal indicador de su paso de la infancia a la adolescencia” (Morduchowicz, 2008, p.65).

Otro punto fundamental que favorece la introducción del podcasting para estos destinatarios es que ellos ya manejan naturalmente uno de los códigos que caracterizan al formato: la modalidad “on demand” o “a la carta”, sobre todo con Youtube⁷². De hecho, por eso miran menos televisión, o mejor dicho miran menos televisión por LA televisión, ya que en muchos casos lo hacen a través de otras pantallas. Para ellos, el esquema de menú fijo y programado es demasiado rígido. Además, el aparato de televisión convencional no cumple ninguna de las tres funciones que los chicos y chicas realizan con sus celulares: estar comunicados, interactuados y buscar información. Así lo señala Albarello (2011), al reproducir una entrevista con un varón de 16 años que explica por qué prefiere internet a la televisión “en la tele observás y nada más, no podés comunicarte, ver lo que querés ver específicamente”.

⁷¹ Hablamos también de consumos mediáticos, ya que estos hacen referencia a un universo de sentidos y construyen ciudadanía, según lo asegura García Canclini (En Morduchowicz, 2008, p.22).

⁷² El antecedente de esta nueva forma, más horizontal y autónoma de consumo está en el zapping televisivo que dio al televidente un mayor poder de independizarse de las rígidas programaciones de los pocos canales de aire de los que disponía antes de la propagación de la televisión por cable. Estas emisiones genéricas y paralelas, hicieron posible que cada cual pudiese armar su propia receta, viendo lo que quiere en cualquier momento (Urresti, 2008).

Se trata de jóvenes que gracias a las TICs se sienten más libres para hablar, se atreven más y se comunican más. El ciberespacio es percibido por ellos como propio y eso los hace sentir más autónomos y libres. En este entorno, la "identidad ha dejado de ser una esencia cultural ahistórica e inmutable, para manifestarse en un conjunto de prácticas y representaciones en permanente redefinición de sujetos diversos que se mueven en espacios heterogéneos" (Winocur, 2006).

Recursos materiales

ITEM	COSTO	NOTAS
Diseño gráfico del sitio web	\$2000.-	Diseño de isologo y maquetación del portal y sus diferentes secciones. (Diseñador Iván Hoffman y equipo)
Desarrollo del sitio web	\$5700	-Configuración del VPS -Instalación de sistema operativo, sistema operativo y entorno de trabajo Django. -Programación del núcleo del sitio. -Administración de usuarios, podcasts y episodios. -Instalación de reproductor de audio. (Iván Hoffman)
Alojamiento del sitio	USD 5 por mes	Almacenaje en red privada virtual de Digital Ocean. (Iván Hoffman)
Registro de dominio	\$200	Dominio "podcastigualdad.com.ar" en Nic.ar. (Iván Hoffman)
Producción y guionado de podclases	2000 pesos	Sin costo, producido por los tesistas.
Locución podclases	4800 pesos (\$400 x 12 unidades)	Sin costo. Locuciones grabadas por los tesistas.
Edición podclases	2400 pesos (\$200 X 12 unidades)	Sin costo. Edición realizada por los tesistas.
Locución tutoriales	1500 pesos (\$500 x 3 unidades)	Sin costo. Locuciones grabadas por los tesistas.

Locución video institucional	2000 pesos	Honorarios donados por la ex locutora oficial Natalia Paratore.
Producción videos tutoriales	\$3200	-Animación logotipo -Edición videographs -Captura de pantalla con cámara real. -Captura con software de grabación de pantalla. (Diseñador Iván Hoffman y equipo)

Bibliografía

- ALBARELLO, Francisco (2001). *Leer/navegar en Internet: las formas de lectura en la computadora*. Buenos Aires, La Crujía.
- APARICI, Roberto (2005). Medios de Comunicación y Educación. En Revista de Educación, N° 338, pp.85-99.
- BELINCHE MONTEQUIN, Manuela y otros (2011). Las nuevas tecnologías dijeron presente. Un estudio de caso sobre el Plan Conectar-Igualdad. Ponencia, VII Jornadas de Sociología de la Universidad Nacional de la Plata.
- BURBULES, Nicholas C, CALLISTER, Thomas (2001). *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de información*. Cap. 3 "El Hipertexto". Madrid. Ediciones Granica.
- BURGOS, Lucía (2006). *Sistematización de una experiencia de comunicación radiofónica con niños y niñas de la Isla Maciel*. (Tesis de grado no publicada). Facultad de Periodismo, UNLP.
- CABALLERO, Raúl Manuel, MAGGIOLO, Gustavo y REULA, Germán. (2008) *Ipod, implementación de enseñanza móvil*. Conferencia en X Workshop de Investigadores en Ciencias de la Computación. Red de Universidades con Carreras de Informática. http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/20679/Documento_completo.pdf?sequence=1
- CASTELLS, Manuel (2001). *The Internet Galaxy*. Nueva York. Oxford University Editions.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2008). *La radio en Internet*. Buenos Aires. La Crujía.
- CICALESE, Gabriela (2010). *Comunicación comunitaria*. Buenos Aires. La Crujía.
- COMBA, Silvana y TOLEDO, Eduardo (2011). *Comunicación y periodismo: entrevistas sobre tecnologías, identidades, culturas*. Buenos Aires, La Crujía.
- DIRECCIÓN NACIONAL DE POLÍTICAS SOCIOEDUCATIVAS (DNPS), MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE ARGENTINA (2011). Programa Nacional de Extensión Educativa, Proyecto de Radios Escolares CAJ, Cuadernillo de Capacitación N°1. Buenos Aires.
- FAINHOLC, Beatriz y otros (1998). *Nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza*. Buenos Aires. Aique.
- FIDLER, Roger (1998). *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios, cap. 1*. Buenos Aires. Ediciones Granica.
- FREIRE, Paulo (1973). *Pedagogía del oprimido*, 10ma edición (1ª edición 1970). Buenos Aires, Siglo XXI.
- GEERTS, Andrés y Van Oeyen, Víctor (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Quito, Ecuador. ALER.
- GELLER, Valerie (1996). *Creating Powerful Radio*, p.4. New York. M Street Publications.
- GUEVARA, Alejandro (2001). *Locución, el entrenador personal*. Buenos Aires. Editorial Iberoamericana.
- HOPENHAYN, Martín (2003). Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana. En Revista de la CEPAL N° 81, p.175-193
- HUERGO, Jorge (2000). "De la escolarización a la comunicación en la educación". en J. Huergo y M. B. Fernández, *Cultura escolar, Cultura mediática / Intersecciones*, Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional, 2000.
- HUERGO, Jorge. (2001). *Comunicación/Educación. Ambitos, prácticas y perspectivas*. La Plata. Ed. de Periodismo y Comunicación.
- KAPLÚN, Mario. (1992), *A la educación por la comunicación*. Santiago de Chile, UNESCO/OREALC.
- KAPLÚN, Mario (1993). *Del educando oyente al educando hablante*. En revista Diálogos de la Comunicación, N° 37.
- KAPLÚN, Mario (1996), *El comunicador popular*. Buenos Aires, Lumen-Hvmanitas.

- KAPLÚN, Mario (1999). *Producción de Programas de Radio*. Quito, Ediciones CIESPAL. -
KAPLÚN, Mario (2001). *A la comunicación por la educación: La práctica de la comunicación educativa*, 2ª ed. Quito, Ecuador. Ediciones CIESPAL.
- KEITH, Michael C. (2010). *The Radio Station*. Burlington, EE.UU. Focal Press.
- LUGO, María Teresa. (2015) *Las Políticas TIC en América Latina: prioridad de las agendas educativas*. Red Latinoamericana de Portales Educativos
- MACK, Steve y RATCLIFFE, Mitch (2007). *The Podcasting Bible*. Indianapolis, EE.UU. Wiley Publishing.
- MALBRÁN, Carlos (2010). *La Radio como herramienta pedagógica: experiencias en el uso de la radio como instrumento de desarrollo*. Buenos Aires. Corregidor.
- MARCELO, Juan F y MARTÍN, Eva (2008). *Podcasting: Guía Práctica*. Madrid, Ediciones Anaya.
- MARGULIS, Mario (1994). *La Cultura de la Noche: la vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*. Buenos Aires, Espasa Calpe.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. (1997) *Heredando el futuro. La educación desde la comunicación* en Rev. Nómadas, N° 5, Santa Fé de Bogotá, Colombia, Univ. Central.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2002). *La Educación desde la Comunicación*, capítulo III "Reconfiguraciones comunicativas del saber y del narrar". Buenos Aires. Editorial Norma.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003). *Saberes hoy: diseminaciones, competencias y transversalidades*. Revista Iberoamericana de Educación, N°32. Madrid.
- MATA, María Cristina (1996). Saber sobre la radio. *Revista Oficios Terrestres*. La Plata, Facultad de Periodismo UNLP.
- MATA, María Cristina (2011). *Comunicación Popular: Continuidades, transformaciones y desafíos*. Revista Oficios Terrestres, N°26. La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- MATA, María Cristina (2012). La Radio: Una relación comunicativa. *Revista Diálogos de la Comunicación*, edición N°35, enero 2012. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social.
- MC LEISH, Robert (2005). *Radio Production*, 5ta edición. Oxford, Reino Unido. Focal Press.
- MODENA, Lucía (2013). *Las Netbooks en el hogar: Análisis de las representaciones y prácticas que realizan los estudiantes y sus familias sobre las netbooks del Programa Conectar-Igualdad*. Tesis de grado. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- MORDUCHOWICZ, Roxana (2008). *La generación multimedia: significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes*. Buenos Aires. Paidós.
- MORDUCHOWICZ, Roxana (2013). *Los adolescentes del siglo XXI: los consumos culturales en un mundo de pantallas*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- MORDUCHOWICZ, Roxana (2014). *Los chicos y las pantallas: Las respuestas que todos buscamos*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- MORRIS, Tee, TERRA, Evo y WILLIAMS, Ryan (2008). *Expert Podcasting Practices for Dummies*. Hoboken, EE.UU. Wiley Publishing.
- PEPPINO BARALE, Ana María (1998). Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina. La formación de un nuevo sujeto social. *Signo y Pensamiento n°33*. Bogotá, Universidad Javeriana. Departamento de Comunicación. Pp. 27 a 34.
- PISCITELLI, Alejandro (2009). *Nativos digitales: dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Buenos Aires. Santillana.
- POIRE, María Julia (2010). Más allá del acceso material. Inclusión digital y políticas públicas. En ARCE, Débora y otros (Editores). *Brújulas de sentido para abordar lo tecnológico. Hilos de Ariadna en la Red*. Capítulo I. La Plata, EPC-IICOM. En prensa.
- PORTUGAL, Mario y YUDCHAK, Héctor (2008). *Hacer radio: guía integral*. Buenos Aires. Editorial Galerna.
- PRIESTMAN, Chris (2002). *Web radio*. Oxford, EE.UU. Focal Press.

- PRIETO CASTILLO, Daniel (2004). Desde la Pedagogía a las Tecnologías. Revista Nodos de Comunicación, N°4, Noviembre 2004. Disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/nodos/>
- RACIOPPE, Bianca (2012). *Liberar, Compartir, Derivar. Cultura libre y Copyleft: otros modos de organizarse para gestionar lo cultural-artístico*. Capítulo 7: Internet un espacio para organizarse, las tecnologías como espacios de creación colectiva (Tesis de maestría no publicada) Maestría PLANGESCO, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP.
- REGUILLO CRUZ, Rossana (2007). *Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto*. Bogotá, Grupo Editorial Norma.
- RIPANI, María Florencia (2013). Convergencia y Cultura Digital, en Palermo Business Review, N°8. Universidad de Palermo.
- SARENA, Natalia (2006). *Jóvenes e internet: Análisis sobre las prácticas emergentes de socialidad e identidad en los usos y apropiaciones de internet*. Revista Questión, Vol.1, N°12. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, de la Universidad de la Plata.
- SERRANO SANTOYO, Arturo (2003) *Brecha digital: mitos y realidades*. Baja California, Universidad Autónoma de Baja California, Ed. Mexicali
- SCHUJER, María y SCHUJER, Silvia (2005). *Aprender con la radio: herramientas para una comunicación participativa*. Buenos Aires. Las Otras Voces.
- SILVERSTONE, Roger (2004). *¿Por qué estudiar los medios?. Capítulo 3: Tecnología*. Buenos Aires. Amorrortu.
- TEDESCO, Juan Carlos (2000). *Educación en la sociedad del conocimiento*. México. Fondo de Cultura Económica.
- TENORIO, Iván (2008). *Podcast. Manual del podcaster*. Barcelona, Marcombo Ediciones Marcombo.
- TRAMEZZANI, Pablo (2003). *Producción Integral de Radio*. Buenos Aires. Editorial Docencia.
- TRAVERSO, Hugo Emilio et. al (junio, 2013). Herramientas de la web 2.0 aplicadas a la educación. *VIII Congreso de Tecnología en Educación y Educación en Tecnología*. Red de Universidades con Carreras de Informática. Santiago del Estero..
- URRESTI, Marcelo (2008). *Ciberculturas juveniles*. Buenos Aires. La Crujía.
- VARELA, Mirta (2009). *La dinámica del cambio en los medios. El Miraba Youtube*. Posgrado en Educación, Imágenes y Medios. Buenos Aires. FLACSO.
- VILLAMAYOR, Claudia y otro. (1998). *Manual de gestión de la Radio Comunitaria y Ciudadana*. Quito, Ecuador. AMARC/FES.
- WILLIAMS, Raymond (1992). *Historia de la Comunicación, vol 2. Capítulo 4: Tecnologías e Instituciones sociales*. Barcelona, Bosch Casa Editorial.
- WINOCUR, Rosalía (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. En Revista mexicana de Sociología 68, p551-580 (julio-septiembre 2006). Mexico DF. Universidad Nacional Autónoma de México. Instituto de Investigaciones Sociales.
- ZAPATA PAEZ, Esteban (2014). *Radio Patria Tecnópolis. Sistematización, análisis y propuesta de trabajo para proyectos radiofónicos interactivos destinados a niños, niñas y jóvenes*. (Tesis de grado no publicada). Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. La Plata.

ANEXO I:

CONTENIDO WEB (DISPONIBLE EN LA SECCIÓN “INFORMACIÓN ÚTIL” DEL PORTAL)

CONSEJOS PARA PRODUCIR TU PRIMER PODCAST

- Ante todo, pensá a quién se lo vas a dirigir y qué les vas a proponer. ¿Quiénes, cómo son los oyentes? Por ejemplo: ¿son fanáticos del reggae? entonces les ofrecés las mejores nuevas bandas de reggae argentino. Si está dirigido a estudiantes secundarios les podés dar clases de matemática, y así... ¿Cómo elegir el tema? Hay quien dice que hay que hacer el programa que a uno le gustaría escuchar. ¿Qué es lo que te interesa? ¿Qué es lo tuyo que interesa a los demás?
- Distribuí los roles del equipo que va a realizar el podcast: ¿quién va a conducir? ¿quién va a acompañar? ¿Quiénes van a hacer columnas (de deportes, de espectáculos, de música) o aparecer como invitados? ¿quién va a editar el podcast? ¿Quién se va a encargar de publicarlo y difundirlo por redes sociales?
- Elegí las piezas de la artística, es decir, los elementos que van a identificar el programa: una cortina musical, o varias cortinas que indiquen las distintas secciones, efectos sonoros.
- Confeccioná el guión para el primer programa (usá alguno de los modelos de guión que incluimos en este material complementario o inventá el tipo de guión que mejor te sirva).
- Al pensar el contenido de cada episodio recordá este consejo: “A la audiencia le tiene que importar lo que se está diciendo, debe tocar sus vidas, el contenido o el tema del programa debe llegar a los oyentes en una forma real, y el tema nunca debe ser aburrido porque si no el público va a cambiar de programa”.
- ¡A grabar! Y disfrutalo: si vos y tu equipo disfrutan haciendo el programa es muy probable que los oyentes disfruten escuchándolo.
- Tené siempre bien en claro POR QUÉ hacés tu podcast. Se puede hacer un podcast por la gratificación personal, por marketing, por militancia, por ingresos y hasta por amor. Es cierto que aquellos que se den por satisfechos generando una audiencia fiel de 10, 15 oyentes corren con una ventaja: tienen todo por ganar, porque cualquier seguidor adicional será un éxito.

- ES FUNDAMENTAL en el podcasting la continuidad, la regularidad y... la perseverancia. Para que un podcast crezca debe mantenerse actualizado periódicamente se una o dos veces por semana o por mes. Lo principal es que los oyentes perciban que el podcast está vivo y que se renueva con regularidad. Muchos potenciales nuevos oyentes ni siquiera escucharán el programa si descubren que se han subido episodios esporádicamente, sin seguir ninguna rutina y sobre todo si no se ha subido material nuevo recientemente. Tenemos que estar listos para hacer al menos cincuenta episodios para ver los resultados.
- La mejor duración para un podcast es 20-40 minutos, llevar al oyente de puerta a puerta en un viaje o acompañarlo a lo largo de una pausa de café. Es recomendable mantener la consistencia de la duración para que el oyente tenga previsibilidad y sepa qué esperar de nuestro podcast.
- Menos es más. He aquí una diferencia bien clara entre un principiante y un profesional: sabe manejar los tiempos y no se extiende más de lo necesario. Si algo se puede decir en cinco minutos en lugar de diez... ¿porque no usar el tiempo extra en hacer algo nuevo?

EL GUIÓN

También conocido como “grilla”, “pauta”, “rutina” o “continuidad”, el guión es una forma de organizar el programa de radio o podcast, para que su realización siga un orden. Incluso quienes buscan sonar espontáneos y piensan que un guión los va a limitar descubrirán que un guión los puede ayudar.

No hay un sólo tipo de guión: los hay más detallados, y los hay más básicos, pero todos tienen en común indicar los elementos que van a integrar el programa (música, entrevistas, publicidades). También es común que se especifique el orden en el que se van a emitir los contenidos (primero la apertura, después una canción, después las noticias).

También es común, en radio sobre todo, que aclare por separado cuáles son las instrucciones para quien habla y cuáles para el operador (como la música, los efectos).

Algunas formas de hacer un guión:

PUNTEO: El más sencillo. Como se puede ver, la información es muy básica, es meramente un recordatorio de los contenidos y el orden en el que van.

- Saludos, Redes Sociales.
- Primera canción
- Entrevista

- Segunda canción

ENTRADA SIMPLE

Este incluye instrucciones para el operador en mayúsculas, como el formato en el que están las canciones (CD; MP3, vinilo) la duración de las canciones, cuando cortarlas) mientras que lo que está destinado a los locutores y locutoras, va en minúscula.

CORTINA MUSICAL 1

Saludos a los oyentes. Presentación del conductor y equipo. Apertura con un comentario sobre la actualidad. Presentación de los contenidos del programa.

PRIMERA CANCIÓN: “DE MUSICA LIGERA”, de SODA STEREO (CD 1, TRACK 3, 3’20”).

LUEGO SEPARADOR PROGRAMA.

CORTINA SECCIÓN DEPORTES

Presentación del comentarista de deportes. Hoy: **la pretemporada y los torneos de verano.**

DOBLE ENTRADA

En este caso, las indicaciones técnicas, de producción, para los operadores, van en la columna izquierda, y las de los conductores, locutores, van en la derecha.

Apertura grabada 1 (carpeta “Artística”)	
Cortina Apertura (Carpeta “Cortinas Musicales”)	Saludos. Datos de Contacto. Presentación programa. Hoy: La reunión de Guns N’ Roses. El cierre del libro de pases.
MUSICA: “Desde Lejos No Se Ve”, Los Piojos (CD “Azul”, track 5, duración 5:15) + Separador del programa N°3 (carpeta “Artística”)	
Cortina Entrevista (Carpeta (“Cortinas	Presentación entrevistado. Pablo Suárez,

Musicales”)	fundador del foro de guitarristas de rock.
-------------	--

HOJA DE RUTA

Este tipo de guión, es idéntico al anterior pero con la aclaración de la hora a la que debe ir cada segmento. La limitación del tiempo, como sabemos, no es algo propio del podcasting, así que no es necesario aclarar a qué hora se hace el programa. Claro que también podemos fingir que estamos haciendo un programa de radio en vivo y en ese caso la marca de los minutos establecidos sirve para no extenderse demasiado en las diferentes partes.

20:00	Apertura grabada 1 (carpeta “Artística”)	
20:03	Cortina Apertura (Carpeta “Cortinas Musicales”)	Saludos. Datos de Contacto. Presentación programa. Hoy: La reunión de Guns N’ Roses. El cierre del libro de pases.
20:10	MUSICA: “Desde Lejos No Se Ve”, Los Piojos (CD “Azul”, track 5, duración 5:15) + Separador del programa N°3 (carpeta “Artística”)	
20:15	Cortina Entrevista (Carpeta (“Cortinas Musicales”)	Presentación entrevistado. Pablo Suárez, fundador del foro de guitarristas de rock.

HOJA DE RUTA CON DESTINATARIO

OPERADOR	APERTURA C:mis documentos/apertura	0.50”
OPERADOR	CORTINA CD JOHN ZORN NAKED CITI TRACK 1 (repeat)	
Locutor	Apertura, saludo, teléfonos, redes sociales, sumario del día	1.30”
OPERADOR	TEMA “SWEATING BULLETS” CD MEGADETH COUNTDOWN TO EXTINCTION TRACK 5	5.03”

IDEAS CON PODCASTING PARA LA ESCUELA

- **La producción: para hacer antes de grabar por primera vez.** Repartir los roles. Cada participante debe prepararse notas, para presentar su “informe” en un tiempo determinado. Preguntar a los alumnos de que saben más que nadie y convertir eso en en área de cada columnista en los programas. Armar los grupos, pensar el nombre del programa, secciones, columnistas, ubicar fuentes de información, posibles entrevistados, armar un guión.
- **Conociendo el Audacity:** es lo que recomendamos como primera experiencia. Grabar la voz, recortar los silencios, probar efectos, tal como se muestra en el primer tutorial.
- **Seleccionando lo más importante:** Realizar la edición de una entrevista, un relato, una publicidad, una escena de cine descargada de Youtube y reducirla a los mejores cinco minutos.
- **Tu primer spot:** realizar una producción corta, de hasta 20 segundos. Puede ser una publicidad, un aviso institucional, la promoción de un concierto. Sólo la voz y una cortina musical apropiada.
- **Improvisación:** A partir de diferentes disparadores, como “la salud y la escuela”, “la búsqueda del primer trabajo” o “la violencia en el aula” (son sólo ejemplos), realizar un comentario improvisado de hasta tres minutos de duración. Se puede hacer antes una lista de temas de los que los alumnos quieren hablar y luego asignar los disparadores al azar.
- **Narración sonora:** presentar una situación, un lugar, contar una historia sin utilizar voces, descargando efectos sonoros de youtube. Por ejemplo: “pintar” una plaza con sonidos: de niños jugando, de un vendedor, de tránsito que se escucha a lo lejos, de una fuente, de pasos, de perros. Para darle planos hay que variar el volumen de cada uno de esos sonidos: si queremos dar la idea de que estamos en el centro de la plaza, se tiene que escuchar fuerte (cerca) a los niños y al agua de la fuente y se tiene que escuchar bajo (lejos) el tránsito de la calle.
- **Historias familiares:** ideal para hacer la primera entrevista ¿Hay un abuelo viejito, con muchas historias para contar? ¿Una prima que viajó mucho? ¿Un tío que sabe mucho de pesca?. A poner la pava para tomar unos mates y a grabarlos con la netbook arriba de la mesa, abrimos el Audacity, apretamos “Grabar” y listo!
- **Recreación de películas y series (Radioteatro):** tomar cinco minutos de un diálogo entre personajes de una película o serie a elección, transcribir las palabras, y actuarlas. Agregar efectos.

- **Recreación de episodios históricos (Radioteatro):** Un clásico de la materia Historia. La obra teatral escolar basada en el 25 de mayo o el Exodo Jujeño, realizada en formato sonoro.
- **Programa de Radio Histórico.** Por qué no imaginar cómo sería un programa de la época de la Colonia, con publicidades de artículos de la época como velas de cebo, o promociones del servicio de aguateros, mensajes de los oyentes...todo lo que tienen un programa actual, pero trasladado 200 años al pasado.
- **Entrevista ficticia.** La imaginación es el límite. Hablar con un personaje histórico como San Martín o a uno ficcional, como Martín Fierro.
- **Documental científico.** Ideal para Ciencias Naturales, Biología, Física, Geografía. Describir una especie en vías de extinción, una montaña o un planeta. Primero realizá una profunda investigación, luego trasladála a un guión y bajáte una cortina para documental de nuestra página. Vas a ver que bien que queda! (recordá: este género se graba bien serio)
- **Audioguía.** Prepará un paseo guiado por tu escuela, tu plaza, la avenida principal del barrio. Paráte con tu grabador, teléfono celular enfrente de lo que vas a presentar y describílo, para que el oyente puede conocer el lugar escuchando tus palabras. Tenés que guiarlo, con tus palabras para que siga el recorrido que armaste, a partir de un punto de inicio. Por ejemplo:

-Bienvenido a esta audioguía de la plaza principal de Lomas de Zamora...ubicáte frente al edificio de la Municipalidad. Detené la reproducción con "pausa" y retomá cuando hayas llegado al punto indicado.

- "El Palacio Municipal de Lomas de Zamora fue construido durante la década del 30, durante la intendencia de..."

- "Caminá por el borde de la plaza 20 metros hacia la derecha: frente a vos vas a encontrar el museo americanista de Lomas de Zamora..."

Y así hasta completar, el recorrido. Este sistema se usa muchísimo en museos de todo el mundo y es una gran posibilidad para podcasters que conocen mucho una ciudad y desean difundir sus conocimientos.

Aquí van más ideas para hacer podcasts:

- **Asistencia escolar.** Para hacer con el profesor (uno que se enganche) de una materia, que repasa los temas principales de cada semana, y contesta las dudas que quedaron.

- **Crítica.** Análisis de discos, libros, películas, comics.
- **Debate.** Buscar siempre un tema en el que haya por lo menos dos opiniones opuestas. Idealmente, agregar un moderador, o árbitro que le da la palabra a cada participante.
- **Deportivo.** El resumen de la fecha, historia de un club de fútbol, fanáticos de un jugador particular.
- **Cuentos.** Infantiles, de amor, de terror, de historias de vida.

ANEXO II

Guión de las podclases

-Episodio 1: La Voz

Definición. Características. Su poder. Ejemplos. Versatilidad.

Empecemos hablando de la voz. De las voces, pero sobre todo, de TU voz.

No te da sueño a veces cuando te hablan así?

Y no te pone nervioso cuando te hablan así?

La voz es el sonido de cada personalidad. Y como las personas, cada voz es diferentes.

Las hay firmes...

Mala onda...

Tiernas...

Divertidas...

Solemnes...

Pero lo interesante, es que en realidad, una misma persona puede usar su voz, la única que tiene, para sacar diferentes personalidades. Todas las que te mencioné. Y así, con su voz, poder sonar divertido, aburrido, tierno, mala onda.

La verdad es que todos, en algún momento, sonamos de diferentes maneras, según el momento y cómo nos sentimos. La mayoría de las veces lo hacemos sin darnos cuenta. Pero también podemos aprender a hacerlo cuando queramos.

Seguro que alguna vez llamaste por teléfono a tu mejor amigo y solo al decir "hola", de una manera distinta, ya sabés que le pasa algo...

Te quedaste alguna vez afónico, después de un recital o un partido? No te da bronca cuando no te escuchan porque se corta el teléfono? No te da vergüenza a veces que sea solo tu voz la que se escuche?

No está bueno quedarse sin voz, o que no escuchen tu voz. POr eso, cada vez que puedas: sacála. Hacéla valer. No te la dejes guardada.

Acá te damos un par de consejos para hacerlo.

- **Respiración:** el aire que respirás es el combustible para la voz. Antes de hablar, grabar, transmitir o cantar...siempre mandáte una buenos aspirada. Así salís a la ruta con el tanque lleno.

- Abrió la boca. Al igual que los músculos de un futbolista, los de la boca y la lengua son importantísimos para quien quiere pararse frente a un micrófono.
- Hablando de micrófonos...cuidado con la distancia. Ni muy leeeeejos...ni comiéndoselo. Lo ideal es cerrar el puño, ponerlo entre la boca y el micrófono, sacar la mano y mantener esa distancia.
- Formá la imagen en tu cabeza de lo que el texto dice. Si es frío, pensá en el polo, si es calor el desierto, si es una reunión de amigos, acordáte de la última vez que estuviste con los tuyos, con los ojos cerrados. Cuando termines, ahí contá el cuento.

-Episodio 2: La Radio

Historia. Sus ventajas y desventajas. Su vigencia.

En el episodio 0 hablamos de la importancia de la voz. Y bueh, si hay un medio de comunicación en donde la voz lo es todo -o casi todo- es la Radio. En la Radio no hay imágenes, ni carteles que indiquen por dónde va la noticia. Sólo se usa la voz y otros tres elementos: la música, los efectos y...los silencios. Son esas cuatro cosas y no hay nada más que se pueda usar en radio o en podcasting.

Pero eso, que parece un límite, también es una de las fortalezas de la radio...porque hace funcionar a la imaginación.

Para hacer una publicidad de unas vacaciones en la playa en TV, tenemos que ir hasta alguna playa a filmar...o al menos conseguir algún lugar con arena y agua de fondo.

En radio, en cambio, nos bastan algunos sonidos y ya podemos viajar, con la imaginación, a CUALQUIER playa.

Además tiene muchas otras ventajas...nos deja hacer otras cosas mientras la escuchamos: cocinar, vigilar un hermanito, leer y manejar. Los conductores son lo que se llama oyentes cautivos de la radio, la escuchan porque no pueden leer, ni ver la tele, ni chatear mientras manejan. O no deberían...

En radio tampoco importa, para nada, la apariencia. Podemos hacer un programa, en pijama, en camisa, sin maquillar, con kilos de más...es lo mismo, nadie le importa porque no lo pueden ver. Lo que importa es lo que decimos que lo pueden escuchar. Por este mismo motivo, no podemos transmitir los gestos, las caras de asco, los movimientos de manos...sólo comunicamos con la voz y sus matices.

Bueno, todas estas características de la radio están en el podcasting, excepto la presencia en vivo. Pero ésto se compensa con la posibilidad de que nuestros oyentes no se pierden ningún programa, ya que nos pueden escuchar cuando quieran.

La radio y el podcasting tienen algunas reglas de hierro que no se pueden quebrar, porque si no el programa...no se entiende!

Por ejemplo, no hablar todos a la vez

NO hacer referencia a lo que vemos sin describirlo (por ejemplo: "¡Qué remerita que clavaste hoy!")

No hacer chistes internos...hablarle al público.

-Episodio 3: Los Géneros

Relato. Publicidad. Informativo. Documental. Entrevista. Ranking. Radiofórmula. Magazine.

Hay dentro de la radio, varios formatos y estilos, así como hay diferentes formas de usar instrumentos para hacer diferentes géneros musicales. O dentro del cine, diferentes tipos de películas. O de cocina.

Usamos los mismos ingredientes: voz, efectos, música y silencios, pero para hacer diferentes platos o tipos de programa.

Después tendremos un episodio para cada uno de esos géneros, pero mientras tanto te anticipo cuáles son...

El relato. Dicen que es la madre de todos los géneros, y hay quienes sostienen que es la principal habilidad necesaria para hacer radio. No tener buena voz, no ser famoso, no conocer mucho sobre algo. Lo principal es saber contar cuentos.

El radioteatro. Es como una novela o una serie, con actores, guión, todo. Pero sin imágenes, sólo voces y sonidos. Antes de que existiera la televisión, las familias se reunían alrededor de la radio como lo hacen hoy en frente de las pantallas. Y las radionovelas eran uno de los géneros más populares.

El informativo. Para saber lo que está pasando en la ciudad, el país y el mundo, la radio sigue cumpliendo esa función para muchísima gente, aunque la televisión la esté reemplazando. Pero uno de los motivos para encender la radio es escuchar al final de cada hora...un boletín informativo.

El documental. Al igual que los radioteatros, también son géneros que podemos ver hoy en día en televisión pero que comenzaron en radio. Es cierto, si te hablo de un tigre, o de unas cataratas, o de un auto de carreras está mejor verlos que imaginárselos...pero hay algunas cosas que con escucharlas alcanza, por ejemplo: músicos.

La publicidad. De algo hay que vivir. Y las radios viven de vender publicidad, y promueven yogures, viajes en avión, bancos...lo que sea. Pero cada cosa se vende distinta, como veremos en otro episodio.

La transmisión deportiva. No necesita presentación este género, no? Aún mucha gente mira el partido en la tele sin sonido, para escuchar el relato y los comentarios por radio, porque son mejores, con mejores descripciones, más fuertes.

La presentación de música. Para muchos, la principal función de la radio es escuchar canciones para distraerse, alegrarse, entretenerse, acompañarse o matar el silencio, además de conocer música nueva.

La entrevista. Es como una conversación entre dos personas que escucha mucha gente, en la que una de esas personas, el entrevistador, hace casi todas las preguntas.

A estos formatos que provienen de la radio, debemos agregarle aquellos géneros que nacieron por y para internet como la el audioblog, las audioclases o las audioguías.

-Episodio 4: La lectura.

Cómo interpretar un texto. La intención. El énfasis. El ritmo. Las pausas.

Para poder hacer radio o podcasting vamos a necesitar leer. No sólo para informarnos y hablar sobre algo en el aire, sino porque a veces vamos a tener que leer en voz alta desde un texto, que muchas veces es conocido como guión.

Para poder sacarle el jugo a un texto hay algunas cosas que podemos hacer. Primero y principal, lo leemos en voz baja antes de leerlo en voz alta, para buscar palabras difíciles de pronunciar o que nos hagan trabar. Cuando las encontrás, marcálas con un lápiz, un resaltador, lo que sea.

Esperá! No guardes la lapicera o el lápiz que usaste. Usálo ahora para buscar la palabra más importante de cada oración según tu opinión.

Por ejemplo: "el recital empezó dos horas más tarde".

En este caso, casi siempre lo más importante es la cantidad de horas que uno esperó. Por eso subrayamos DOS, o DOS HORAS, y el resultado es "el recital empezó DOS horas más tarde".

También, antes de leer, fijáte de qué habla el texto: habla sobre historia? es una carta de amor? una lista de compras?

Porque cada texto se puede y se debe leer como lo pide ese texto. Tratá de ver de qué se trata lo que vas a leer, hacéte una idea en la cabeza.

Otra cosa: no te apures, aprovechá los puntos y las comas para frenar y respirar.

También probá actuar las palabras...cómo? en lugar de leer “lento”; leé “leeeeeento”...en lugar de leer “frío”, leé “fffffrío”.

-Episodio 5: El Relato

Chiste, anécdota, cuento. Suspense. Cambios de ritmo. Contexto. El punch.

Siempre uno conoce a alguien que cuenta muy buenas anécdotas. Y muchas veces, lo que cuenta no es entretenido por lo que pasó, sino por CÓMO lo dice. Los gestos que hace, las caras que pone, los personajes que imita. Y también por el suspense que crea cuando te dice, después de contarte una historia, “entonces llegó y a que no sabés que me dijo...”

El relato es todo, es lo más importante en el podcasting. Sino contamos bien lo que queremos, por más que esté bueno, no le vamos a llegar a nadie.

Siguiendo lo que vimos en el capítulo anterior sobre lectura, tenemos que buscar las palabras para enfatizar y subrayar, pero también tenemos que actuar un poco, si aparece algún personaje, al que le damos otra voz.

Tenemos que cambiar de velocidad, para que el que nos escucha no se aburra. Esto es central: está probado -científicamente- que la misma voz, con el mismo tono y a la misma velocidad, solo puede ser seguida con concentración durante 20 minutos. Después la mente se autoprotege y se evade. Para evitar eso, tenemos que ir cambiando lo que está a nuestro alcance. Cambiar la intención y la velocidad con la que leemos el relato.

Se trata de generar suspense, de hacer pausas, de darle más énfasis a esta u otra palabra. Y para qué? Para que el relato cobre vida. Y sobre todo: para que no aburra.

Si tenés dudas sobre cómo darle vida a un relato acordáte de los cuentos que contaba una abuela, o de las anécdotas que te cuenta un amigo que te encantan por cómo las cuenta...

Acá van algunos ejemplos de relatos

Ahora, escucha este fragmento de un relato...

Una cosa más...de los cuatro elementos que se usan en radio hay uno que se usa poco, que es el silencio, porque antes de que existieran las radios digitales, uno no sabía si había sintonizado una radio hasta no escuchar algo que saliera de ella. Por eso, se intentaba evitar el silencio lo más posible. Pero en podcasting, ese problema no lo tenemos, porque quien no está escuchando ya sabe que se bajó nuestro podcast. Por eso, no le tengan miedo a usar los silencios y las pausas...cómo?

No sabés lo que me pasó. Te voy a contar algo increíble.

YYYYYYYY????????????????? *qué te pasó!!???*

Si le hacés eso a algún amigo seguro que su reacción después de un silencio será la misma: pero contáme! no me dejes así con la intriga!. Bueno, eso es lo que queremos generar en nuestro relato: intriga, suspenso. Para que el oyente se mantenga enganchado

-Episodio 6: El Radioteatro

Guión. Personajes.

Como su nombre lo indica, es el teatro en radio. Un guión, personajes, una buena historia, un poco de efectos y música...y ya está!

Bueno, en realidad no está porque no es tan, tan fácil. En principio, necesitamos un buen guión....el guión es el texto que vamos a leer todos los actores y actrices.

Después, tenemos que elegir quiénes van a ser los que interpreten a esos personajes.

La idea es actuar, como en una película o en una serie, pero sin cámaras...sólo con micrófonos. Antes cuando no había televisión, los radioteatros eran muy populares y las familias se reunían frente al aparato para escuchar el último episodio de un radioteatro. Como lo hacen hoy con alguna serie de TV. Pero antes era sin imagen y muchos de los mejores y más famosos artistas trabajaron en algún radioteatro. Como Evita, por ejemplo.

Escuchá este ejemplo de un radioteatro antiguo:

Te propongo que te armes ahora un radioteatro tuyo, basado en la escena de alguna película o serie que te haya gustado mucho. Transcribí el diálogo entre los actores y actrices y transformalo en un guión. Después, buscate algunos amigos que te hagan la segunda para armar el elenco...y a grabar con el Audacity!

-Episodio 7: -La Música

Cómo se presenta. Cómo se pisa una intro.

Bueno, la música es principal en radio. Y en podcasting también. No es loco pensar que un gran número de personas la enciende para escuchar música, sea un clásico, un pedido, o un nuevo disco.

Cuando presentamos una canción hay que hacerlo con un tono acorde al del tema: si es un tema bailable, hacerlo así...y si es un lento, así...

Claro, estos son ejemplos, vos lo podés hacer como quieras, pero en general, la voz debe acompañar a la música.

Veamos: tenemos varios tipos de radio musical.

-Puede ser un programa en el que alguien que sabe mucho de un grupo habla sobre las canciones, los discos, los recitales...como conoce, el conductor puede dedicarle un tiempo largo a cada presentación. En este tipo de programa, el conductor elige la música del programa, y los oyentes lo siguen porque admiran su gusto musical, las novedades que tiene, la información que conoce.

Después tenemos lo que se llama “radiofórmula”. Un musicalizador arma la lista de canciones y nosotros nos limitamos a presentarlas, es decir: damos el nombre del cantante, el disco y el año de edición, pero sin ir más allá.

Otro sistema, muy divertido, es el de “lo pedís, lo tenés”. Los oyentes, o seguidores de Twitter, piden temas que quieren escuchar, o en función de una consigna, como “con qué tema entraste a tu casamiento”, “cuál era la canción de moda cuando fuiste de viaje de egresados”.

Y por supuesto, el conocido ranking, en el que las canciones están ordenadas según las ventas, la popularidad en redes sociales o los votos de los oyentes.

Otra cosa: cuando presentas una canción, queda muy bien hablar sobre lo que se llama “la intro”, la parte instrumental que hay al comienzo. Pero ojo, hay que hablar HASTA que empiezan a cantar.

-Episodio 8: El Informativo.

Noticias. Audios. Móvil. Tránsito. El Tiempo.

Aún sigue siendo el principal motivo por el que la gente prende la radio para escuchar “las noticias”, al comienzo de cada hora o de cada media hora.

También hay muchos podcasts sobre noticias, que suenan muy parecido y que son casi iguales que los boletines de la radio, con la diferencia de que son resúmenes del día o incluso de la semana.

En general, las noticias se leen con seriedad, pero con velocidad... algo así:

En las noticias, queda muy bien incorporar la voz grabada del protagonista de la historia.

Por ejemplo:

En este género, la tradición dice que no se debe incorporar opinión ni la primera persona. Debe ser lo más impersonal y neutro posible...es decir, lo más objetivo posible.

Dentro de todo servicio informativo, tenemos además el moviero, que nos cuenta por teléfono desde algún lugar algo que está pasando.

Queda bien también leer los boletines entre dos personas, o lo que se llama punto a punto.

Y además, están los llamados servicios, con información muy útil para los oyentes: el tránsito...y sobre todo, el tiempo

Acordáte que hay gente que prende la radio y escucha las noticias SOLAMENTE para saber qué temperatura hay.

-Episodio 9: La Publicidad

Para poder mantener nuestro programa necesitamos ingresos. Es decir, plata. Y en radio, y en podcasting también, la plata llega a través de los auspiciantes: empresas que venden sus productos a través de mensajes publicitarios - o como le decían antes, tandas.

Uno de los tipos más antiguos de tanda en radio o televisión es la del fútbol, que no ha cambiado nada en décadas.

Después tenemos los spots, que vienen acompañados muchas veces de alguna canción del producto en el caso de la radio.

Hay avisos más largos, que algunos llaman "avisos únicos", que se usan para autos, perfumes, o cosas caras que permiten pagar más publicidad.

También están las llamadas promos, en las que se promocionan los programas de una radio o un canal.

Y además, los institucionales, que son las publicidades que hacen los gobiernos para difundir algo como una campaña de vacunación, la inauguración de un puente o el lanzamiento de un nuevo documento.

Escuchando estos ejemplos te das cuenta de lo que hemos escuchado en los episodios sobre relato y lectura: hay textos que van bien con ciertos tipos de lectura o interpretación...combinan como los colores o las comidas.

Entonces si tenemos un producto como un perfume para mujer...qué tipo de interpretación te parece que va mejor?

Si elegiste la segunda, entonces te das cuenta de que la locución combina con un texto, como se combinan los colores o como se combinan las comidas.

Si vas a grabar tu publicidad, pensá siempre en el público al que le vas a vender...son jóvenes? son adultos? hay que tutear o tratar de usted?

A diferencia de los informativos, acá si podés ser bien personal, hablar en primera persona...ser subjetivo.

Acordáte de subrayar bien la marca!

-Episodio 10: La Entrevista

Este género tal vez será uno de los que más uses en tus podcasts. Es considerado uno de los pilares del periodismo.

La idea es simple, es una conversación, casi siempre entre dos personas, en la que una hace todas las preguntas y la otra sólo las responde.

A la entrevista te recomiendo que vayas con una lista de preguntas preparadas, pero atención: siempre hay que estar listo para hacer las preguntas que se nos ocurran mientras el entrevistado habla, principalmente aquellas dudas que nos generen sus respuestas. Esas son las llamadas “repreguntas”, que muchos consideran más reveladoras que las preguntas de la lista.

También se recomienda ir preparado a la entrevista, con conocimiento de quién es el entrevistado y qué hace, por lo menos.

Un buen ejemplo de entrevistadores preparados se puede escuchar en el periodismo deportivo.

Pero también uno puede ir a preguntar desde la curiosidad de alguien que se interesa por un tema del que no conoce mucho, que es la situación en la que están muchos de nuestros oyentes.

Lo que tenemos que lograr es que el entrevistado se sienta muy cómodo, relajado y en confianza para que nos cuente muchas cosas, por eso muchos entrevistadores intercalan el humor con las preguntas difíciles para lograr ese “clima”.

Es muy útil antes de hacer la entrevista, preparar una lista de preguntas que queremos hacerle al invitado o invitada.

Es recomendable arrancar con alguna pregunta fácil, como para romper el hielo, incluso antes de empezar a grabar.

Es recomendable que esas preguntas sean cortas y que sean abiertas. Qué significa “abiertas”? Que no se puedan contestar solamente con SI o con NO.

A ver, un ejemplo de una pregunta cerrada:

“Estamos con el entrevistado para hablar de videojuegos...te gustan? SI”.

Si queremos sacarle el jugo al invitado hay que preguntarle algo que lo haga hablar un rato. Y la pregunta anterior, puede cerrarse con la simple respuesta “SI”.

En cambio una pregunta, una pregunta abierta sería

“Contáme de dónde viene tu pasión por los videojuegos...” BUENO, CUANDO ERA CHICO ME ENCANTABA IR A LOS ARCADES EN LAS VACACIONES, Y LUEGO CUANDO APARECIERON LAS CONSOLAS CASERAS, ME VOLVÍ UN ADICTO...

Pregunta cerrada ahora: se entendió esto? sí? listooooo....

-Episodio 11: La Conducción.

El conductor o conductora es quien dirige un programa y presenta las secciones. Su misión es guiar a los oyentes por los momentos del programa, haciendo de puente entre los columnistas, la publicidad, los deportes, la música, las noticias.

Es quien le da la bienvenida a los oyentes al programa y quien los despide al terminar. Su voz (y su cara, en televisión) identificarán al programa, aunque es sólo un miembro más de un equipo que necesita de varios jugadores. Puede parecer el rol más importante, pero la realidad es que sin música, sin noticias, sin deportes, sin columnistas, un conductor o una conductora sola no pueden hacer mucho.

Es el caso de algunos de los conductores más conocidos, como

Marcelo Tinelli

Te lo imaginás a Tinelli, sólo, sin los jurados, las bailarinas, todo el decorado, hablando en el medio del estudio? Mirarías eso?

Quien conduce tiene las mismas responsabilidades que quien invita a alguien a su casa a una reunión, un cumpleaños, una fiesta...tiene que ofrecer algo de comer, tomar, decir donde está el baño y presentar a los que no se conocen entre sí, romper el hielo si el clima está denso, o poner música para divertirse.

En el caso de un programa de radio o un podcast los invitados serían los oyentes, y los miembros del equipo son las personas que viven con quien organiza la fiesta.

Lo principal siempre es preguntarse y responderse a uno mismo: ¿Qué quiero decir??? Para eso uno puede seguir un guión o improvisar...

Improvisar es hablar sin ningún papel, mandarse a hablar, que tiene la ventaja de que suena más natural, más real y la desventaja de que corremos el riesgo de sentir que nos quedamos sin nada para decir. O que decimos cualquier cosa.

Si lo que te interesa es la conducción, te proponemos que te grabes con las netbooks improvisando como si estuvieses solo en tu programa. Agarrá algún tema, alguna noticia, alguna anécdota y convertílo en un comentario que a vos te parezca que le pueda interesar a algún oyente. Por ejemplo...

Y no te olvides...menos es más. No sientas que tenés que hablar mucho. A veces, aunque no parezca, queda mejor decir las cosas con menos palabras.

Ahora, en este momento, nuestros músicos invitados van a interpretar una canción llamada... Es mejor, ahora, los invitados van a tocar una canción nueva.

-Episodio 12: Hacé tu programa

Llegó el momento de aprender cuáles son los elementos con los que podés hacer tu podcast. Ninguno es obligatorio, ni tampoco rígidos: los podés combinar, modificar, y crear nuevas ideas. No hay límites salvo recordar que son cuatro los tipos de sonidos que podemos usar: la voz, la música, los efectos y el silencio. No hay nada más, un gesto, un olor, una caricia...no son cosas que podamos transmitir por radio o por podcast.

Antes de empezar hay que hacerse algunas preguntas:

Primero, cómo se va a llamar el podcast? Un buen nombre siempre es importante, y hoy en día además, tiene que ser fácil de hallar en google.

De qué se va a tratar?

A quién va a estar dirigido? Quiénes son los oyentes?

Qué tipo de programa va a ser? Musical, deportivo, espectáculos, periodístico, o un poco de todo: lo que se llama magazine.

Qué secciones, columnistas va a tener?

Qué tipo de música vamos a pasar?

Si va a ser un programa con varios participantes, tienen que repartirse los roles: Qué va a hacer cada uno? Quién va a ser el conductor? Y el co-conductor, si es que hay? Quién va a hacer deportes, publicidad, alguien va a comentar espectáculos? Alguien va a hacer de movilero? Una vez que tengamos la llamada “mesa de trabajo”, podemos empezar a diseñar el podcast.

Supongamos que te tocó ser el que habla de series...podés prepararte un texto y leerlo cuando sea tu turno, o mejor, prepararte unas notas, con algunos datos o palabras que te sirvan para hablar de tu tema. Un detalle: si hablás de un tema del que sabés mucho...suena mejor.

Pasemos ahora a lo que se llama artística, cortinas, efectos es una buena forma de empezar.

Para eso tenemos que elegir alguna cortina que lo identifique al programa...que es una cortina musical? Es un tema que se pone siempre en un momento determinado del programa para identificar a toda la propuesta.

La cortina está pensada especialmente para que uno hable encima, por eso es mejor que no tenga letra, para que nadie se quede con las ganas de escuchar el canto porque nosotros le hablamos encima.

Por eso hay que elegir bien las cortinas, para que nos sintamos cómodos hablando o leyendo mientras suena de fondo.

Algunos ejemplos de cortinas:

Además de la cortina, podemos acompañar o “condimentar” el programa con efectos sonoros, que enfatizan o realcen algún momento. Algunos de los efectos sonoros más obvios son estos:

Los aplausos

Las risas

O uno que se usó hasta gastarlo en los últimos años. Cuando alguien dice algo que causa sorpresa...Chan.

Lo ideal es buscar efectos propios, nuevos, que no se hayan usado antes o que nadie haya pensado. Por ejemplo, si sos fanático de Star Wars, porque no usar el sonido de un sableláser por ejemplo? O un riff? O frases de algún ídolo?

Otra parte importante que todo programa tiene **es la artística**, que son grabaciones con el nombre del programa, las secciones, los columnistas. Más que adornos, son la ropa con la que

vestimos nuestro programa. La voz tiene que ser de alguien que no sea el conductor, para que se note la diferencia

Por ejemplo, vamos a imaginar que nuestro programa se llama “La Secuencia”... Así sonaría la artística

-Bienvenidos a la Secuencia, el podcast...cada semana, un episodio nuevo, con la actualidad del graffitti, el skate y los videojuegos y la música que querés escuchar. Bajáte todos los episodios en lasecuencia.com.ar.

Hay varios tipos de artística. Lo que acabas de escuchar es lo que se llama “una apertura”, que ponemos al comienzo del programa.

Pero también hay separadores, para poner entre las diferentes secciones del programa. La diferencia es que son más cortos.

Por ejemplo

“Estás escuchando la Secuencia, el Podcast...música, videojuegos y deportes urbanos”

Además, siempre con la misma voz, podemos grabar aperturas para las diferentes secciones del programa.

“Ahora, en la Secuencia, Ariel con la actualidad del MCing”.

También, quienes se animen y sepan cantar, pueden incluso crear lo que se llama “jingle”, una canción del programa.

Bueno, ya tenemos el nombre del programa, tenemos el conductor, los columnistas a cargo de las diferentes secciones, la cortina del programa, la artística e incluso una canción que queremos pasar.

Vamos a hacerlo! Acá va, primero la Apertura...

Esperá un cacho! Así directamente nos mandamos? Y la PRODUCCIÓN??

Es mejor tener un guión, que es una especie de mapa del programa, con el orden de las cosas, para que nadie se pierda. En la página de Podcast Igualdad, vas a encontrar un material complementario con varios ejemplos de guiones.

El programa puede empezar con la introducción, en la que el conductor le da la bienvenida a los oyentes y les cuenta lo que van a poder escuchar.

Acordáte que si hacemos un podcast no salimos en vivo, por lo tanto hay que pensar que el oyente nos puede llegar a estar escuchando mucho más tarde que el momento de la grabación. Por eso, en un podcast, a diferencia de la radio, no hay que decir temperatura ni hora, porque esa información que queda desactualizada y peor: al oyente no le sirve, ni le importa.

Ahora, un separador.

Y presentamos la primera sección con el primer columnista...

Ahora otro separador con el nombre del programa...

Y el conductor presenta la primera canción, pero antes adelanta la sección que va a venir después de la música.

Algunos consejos más antes de empezar a grabar:

-Describí mucho. Acordáte que los oyentes no pueden ver de lo qué hablás, se lo tienen que imaginar. Imaginate si estás hablando con alguien por teléfono y le decís:

“Mirá el chabón ese”

“Qué tiene?”

“El perro”

“Y qué tiene el perro”

“Es grande”

“Como de grande?”

“Como un caballo chiquito”.

Hablando en persona esto no pasaría, ya que se lo podés mostrar a quien está con vos, pero si estás hablando por teléfono...no podés. Prestá atención y te vas a dar cuenta de que describís más cuando estás hablando por celular.

Todo habría sido más directo si el que habló primero hubiese dicho “estoy sorprendido mirando a un tipo que pasea un perro que es tan grande como un caballo”.

-Siempre empezá tu programa con algo fuerte, picante, picante. Como para atraer la atención.

-Si hay un tema del que no sabés, cuando estás hablando, está bien decir “no sé”. Pero está bueno que para el siguiente programa trates de averiguar algo sobre ese tema.

-A todos nos gustan las anécdotas, los detalles, los ejemplos...usálos en tu programa para describir algo.

Y Todo esto lo podés hacer con tu netbook de Conectar-Igualdad. Buscá los tutoriales en video sobre como grabar y editar sonido en el sitio de Podcast-Igualdad. También te podés enterar de

cómo conseguir todo lo que necesitás para armar tu podcast, desde efectos, cortinas, o como transformar un video de youtube en un mp3 que podemos usar en el programa.

Buena suerte! Y no lo olvides, para más información, metete en Podcast-Igualdad.

ANEXO III

ENTREVISTAS

Professor Mark Gura, ex director de Tecnología Educativa de la ciudad de Nueva York, 21-5-2015. (Grabada vía Skype).

Creo que hay realmente un cambio de paradigma global. Yo creo que habrá un tsunami de actualización porque todos están comenzando a entender

Hemos tenido varios programas gubernamentales para introducir la tecnología en las escuelas, no tanto en lo que hace a los dispositivos, sino en lo referente a la conectividad. Y eso no ha redundado en un mayor uso de la tecnología. Muchas veces hay resistencia de los docentes, porque aquí hay un cambio de paradigma, cómo usar los dispositivos, qué enseñar...

Nos estábamos moviendo en la dirección correcta, hace 10 años. Habíamos desarrollado standards de educación que involucraban la puesta en práctica de enseñanzas por parte de los estudiantes. Pero hubo una regresión a una educación más tradicional, cuántos factores podés memorizar. No mucho pensamiento. Y esto ha sido motivado por cuestiones políticas: el diseño de los planes educativos ha caído en manos de personas que no son educadores.

Más allá de las discusiones sobre los paradigmas, desde siempre se sabe que cuando un estudiante prepara un proyecto y el resultado es un podcast, nosotros podemos evaluar a ese estudiante con bastante precisión, analizando el trabajo que hizo ese trabajo. El alumno no está respondiendo preguntas arbitrarias, sino mirando y trabajando sobre algo REAL. ¿Cómo produjo ALGO que puede ser comparado con ALGO?

Las mejores materias para usar el podcasting. Idiomas, conversación, pero en EE.UU. nos enfocamos mucho en idiomas y matemática. Podcasting va bien con arte y lengua... Podcasting is all about speaking and listening. Para muchos docentes, siempre estuvo la duda de cómo capturar la actuación de un estudiante. Claramente, el podcasting es una forma muy efectiva. Estudios sociales es otra materia que puede funcionar muy bien. Sirve para que los chicos discutan temas importantes. Además lo ven en la tele, en la web, lo pueden relacionar.

En ciencia pueden llegar a armar una campaña, un spot para concientizar sobre el peligro que corre alguna especie animal.

Se puede empezar a armar debates sobre control de armas, penas de muerte. Los estudiantes ya escriben ensayos sobre estos temas, sí. Pero en el mundo real, no somos

influenciados por esos ensayos. Es más común que lo veamos en la tele, o que hablemos sobre el tema. El podcasting logra que el estudiante escoja un tema, lo piense, investigue y se prepare para discutirlo.

Hay que evaluar qué es práctico. Debe ser entretenido, pero educativo. Hay que dar pasos pequeños. Una vez que la gente se sienta cómoda escuchando su voz, editando sonido.

Un consejo final: nunca hagas un proyecto con una clase que no hayas testeado antes.

Esto no es una actividad frívola, de una forma especial: no sólo es entretenido, sino que los estudiantes se dan cuenta de que hay algo importante y serio pasando en sus clases. En la era de la tecnología, el conocimiento ha cambiado. Estamos expandiendo nuestra capacidad. Y esto, el podcasting, va a tono con esos cambios.

Los estudiantes quieren ser parte de esta nueva ola. Ni bien uno les muestra que lo que se les ofrece les permite eso, los alumnos responden.

Por otra parte, no me gustaría ver a los docentes dar como objetivo “hacer UN podcast”, ni “hacer un powerpoint”. Porque estos son sólo medios, no son fines en sí mismos. Lo que pasa es que la tecnología es tan deslumbrante, tan... “sexy” que uno puede marearse con ella.

Pero no es la tecnología en sí misma, aunque queremos que los chicos aprendan sobre ella. Pero ese no es el objetivo exclusivo, ni principal. Desafortunadamente lo que pasa a veces, es que las escuelas se dan cuenta de que deberían hacer más actividades con tecnologías, entonces el director se apoya en los docentes, y entonces las TICs se transforman en el objetivo. Queremos concentrarnos en el contenido, en el aprendizaje y queremos participar en el mundo intelectual. El docente está más preparado para aprender que los estudiantes. Porque en definitiva, lo que queremos es que los jóvenes aprendan a aprender.

////////////////////////////////////

Profesora Kristin Fontichiaro, coordinadora del programa Biblioteca Mediática de la Escuela de Información de la Universidad de Michigan. Autora del libro “Podcasting at School”. Grabada vía Skype 28-5-2015

Los maestros no ven a la edición de audio, la producción radial como un género, en el sentido que la escritura es un género (para ellos). Por eso, tener la expertise en radio, que los docentes no, realmente puede amplificar lo que se puede hacer con el podcasting en las aulas. Porque los docentes muchas veces quieren hacer cosas pero no saben cómo.

Es una herramienta tan poderosa el podcasting: me deja aprovechar el tiempo en el que voy manejando. Abre muchas puertas, es tan barato, y abre una ventana con los chicos que no teníamos antes. Es cierto que el podcasting fue eclipsado rápidamente por la producción de video, pero he visto con mis alumnos que el podcasting genera cosas que el video no. Los

chicos se acercan más: es más íntimo, hay más atención: el lenguaje corporal es distinto. Además, el video requiere mucho más tiempo, pero no se obtienen muchos frutos.

Los profesores comienzan a ver que muchos estudiantes que no se destacan “académicamente”, sobresalen en el podcasting. En Estados Unidos tenemos un tremendo número de estudiantes que simplemente no están para nada interesados en modalidades tradicionales de educación.

Por otra parte, los estudiantes tienen una fascinación con su propia voz. Les parece tan extraño que su voz no suene cómo la imaginan en su cabeza- Y además, para ellos es muy interesante hablar al micrófono. Juegan “a ser un adulto”. Jugá a ser alguien, no es interesante?

Cuando uno “recuenta” algo necesita que tenga sentido. Cuando uno dramatiza un episodio, hace falta crear diálogo, determinar líneas argumentales. Uno se da cuenta si entendieron lo que están dramatizando. Y así, los estudiantes aprenden sin estudiar.

////////////////////////////////////

Diego Jaimes, coordinador FARCO, Foro Argentino de Radios Comunitarias. Grabada en persona 11-6-2015

Algunos programas para destacar son el **FOMECA**⁷³, para producciones de radio, audiovisuales. Llegan fondos a sectores históricamente relegados. Asimismo, FARCO 13 posee centros de formación profesional. Financiados por el Ministerio de Trabajo. Para pibes, desempleados. Infinidad de cursos, talleres. Elaboramos cursos, cartillas, materiales de libre distribución.

Y por supuesto, hay cursos de capacitación con docentes. Cómo incorporar a la radio como una herramienta educativa. Así empezó todo, en 2012, más o menos.

Yo cursaba en la UNSAM, educación y medios, conocía gente de Educ.ar, que estaban organizando cursos para docentes y me pidieron que arme un curso sobre radio en la escuela. Ese curso tenía un primer módulo, que explicaba conceptualmente, el lugar de la radio en la vida cotidiana.

Apuntaba principalmente a utilizar la radio como un instrumento de participación de los jóvenes. Que no tenga solamente que ver con cómo armo un spot sobre X. Rescatar la palabra de los pibes, ponerlos en un lugar de mayor protagonismo a través de su palabra.

No solamente tiene todo esto un aspecto cultural, sino también social y político de vinculación con el barrio, la comunidad, que ubica a los pibes en un lugar no solamente de

⁷³ Programa de Fomento Concursable para Medios de Comunicación Audiovisual del AFSCA.

alumnos, sino también de sujeto que además de aprender que además tiene cosas para enseñar, compartir. Sobre todo los jóvenes de barrios vulnerables populares, para ir contra una imagen de jóvenes que tiene que ver con el estigma de la vagancia, no hacer nada, perder el tiempo. La radio es un lugar donde los pibes pueden ser escuchados como productores, como comunicadores.

También tenía que ver con cambiarle la cabeza a los docentes, que tienen una mirada muy cuestionadora de los jóvenes: “No trabajamos tanto con las netbook porque las usan para pavear”, dicen muchos docentes. No es la percepción general, pero pasa. En algunas escuelas, la directora tenía guardadas las netbook en un depósito porque pensaba que los pibes las iban a usar para cualquier cosa. Una mirada paternalista, de pensar “yo quiero que cuando las usen, las usen bien”. Una mirada prejuiciosa sobre la tecnología, que sólo puede ser utilizada para el entretenimiento. Una mirada que demoniza a los medios porque transmite valores negativos.

La gente no consume acriticamente los medios. Hay un cierto pensamiento de izquierda sobre que la gente es manipulada por los medios sin ningún tipo de mediación.

Tenés ese perfil y el otro extremo: pensar que la tecnología va a resolver todo. Pensar que poniendo a los pibes a laburar con una computadora estás automáticamente innovando y transformando el conocimiento. Pero lo único que cambió es el soporte. Capaz que es más innovador un debate surgido desde el pizarrón.

Pero las TICs plantean un lenguaje nuevo, con otros códigos, con otras formas de contar una historia que tienen que ver con los tiempos que vivimos.

¿Qué ventaja ofrece la radio a la experiencia pedagógica? Poder usar un lenguaje nuevo, que no tienen otros lenguajes. Tenés la música, los efectos. Aprendés una forma nueva de decir algo que antes lo decías de otra manera, y de esa forma establecer un vínculo con el otro.

Hay una brecha generacional entre los docentes y los jóvenes. Los códigos no son interpretados de la misma manera, por la diferencia de edad. Igual, encontrás docentes que sí establecen un vínculo y una comunicación fluida. En general es difícil encontrar un lenguaje común por la brecha cultural. A veces la radio permite que esos dos mundos se encuentren.

Por eso, es clave que los docentes se pongan a escuchar. Que se corran del lugar de enseñar, transmitir...y que se pongan a escuchar. Los pibes en ese ámbito están más libres, más sueltos y asumen un rol más de actores, productores de la comunicación. Surgen temas que a veces desbordan las problemáticas que aborda la escuela. Cuáles son los temas que preocupan a los jóvenes, que no forman parte de la currícula de ninguna materia. Narcotráfico, aborto...La radio al trabajar sobre la realidad, requiere que vos sepas sobre determinados temas.

Según mi experiencia, para empezar a trabajar con el lenguaje radiofónico en el aula se puede elaborar un spot. Un trabajo donde primero se hace un listado de temas, estas cuestiones que preocupan. A veces son temas que a los docentes les resultan lejanos, porque no viven en la comunidad y entonces los educadores también tienen que hacer ese aprendizaje.

A partir de entonces, pensar un mensaje que conscientice sobre algún tema. Más que concientizar, provocar una reflexión, un debate, un diálogo sobre algún tema, que de alguna manera trata de instalar que esa cuestión se charle.

Cómo traducir esa idea radiofónicamente? Qué situaciones, qué escenarios, qué personajes...con qué cortina, música, efectos. Yo tengo la mirada más de la educación popular: primero se parte de la práctica, de la realidad, y después se teoriza.

Con los participantes, desde un primer momento con los discursos, involucrados en el proceso.

Si explico que es una cortina, ya los tengo enganchados con otro proceso. Es complejo, porque hay estados de ánimo, ganas, no ganas. Es importante el clima del grupo.

Por otra parte, es importante señalar que no es que el docente del aula tiene que estar capacitado 100% en radio. Vos vas y laburás con el docente, previo encuentro charla. Se trabaja de a dos, se gana tiempo. NO hace falta capacitar tres meses a un docente para que enseñe radio. Uno enseña radio y el otro maneja al grupo.

En el aula, el desafío es incorporar BIEN los dispositivos, cómo hacer que de eso te pueda surgir un material que esté bien. Para los docentes, el desafío es asumir que estamos en un nuevo entorno comunicacional, esto es un nuevo lenguaje. Hay mucha resistencia, se piensa como que esto es para pelotudear.

La escuela se labura con las generaciones más nuevas. Los pibes cada vez más chicos van teniendo otros códigos que si no los entendés...si vos tenés que enseñar algo no vas a poder. Y le vas a echar la culpa a los pibes. Se tienen que adaptar de los dos lados. La Escuela es una Institución del Siglo XIX, con docentes del Siglo XX, en el Siglo XXI.

Por eso está bueno los que piensan la educación y las tecnologías...primero el laboratorio de informático, luego el aula móvil, luego las netbook, y ahora los dispositivos móviles.

Y esto es lo nuevo que hay que asimilar.

Santiago García Gago, autor del “Manual para radialistas analfatécnicos”. Grabada vía Skype 3-9-2015

¿El podcasting es una continuidad de la radio?

El problema de una continuidad...creo que la radio ha asumido el podcasting como un formato nuevo, no como una continuación de nada, sino como una herramienta para ofrecerles a los oyentes la posibilidad de escuchar la programación si no lo pueden hacer regularmente. La mayoría de las radios no busca explorar las posibilidades de usar el PC como un formato aparte. Hablamos en general. Las radios no producen podcast originales, sino que suben sus programas online.

Mantener una programación en vivo al aire online es muy costoso. En lugar de hacer una transmisión larga, hacemos un programa corto de unos 30 minutos y lo dejamos ahí. Ahí sí creo que estos nuevos radialistas, han sido los que más han explorado las posibilidades del formato, incluso sindicándolo.

Para considerarlo podcast tiene que estar sindicado por RSS sino es un audio colgado de una página. Es un envase, más que otra cosa. No hay aún muy definido un formato llamado “podcast”. Aún no he encontrado nadie que haya ensayado una definición. Es más por la parte técnica que por la parte de producción, su definición.

El podcast no se ha extendido lo suficiente, primero porque nace como una estrategia de marketing, como dentro de lo que es el seno de la radio. La gente no lo adoptó mucho, porque ya lo hacía, siempre se subían audios a mp3. Y como además esto del podcast ha venido vinculado a la sindicación de RSS algo que cada vez se usa menos y ya con twitter y redes sociales, decreció el uso de RSS y ya nadie syndica nada...¿Para que andar haciendo el esfuerzo de syndicar, si puedo twittearlo?

Nunca se planteó como un beneficio, no era el boom de los teléfonos celulares aún...como que a la gente le costó entender ese beneficio de no escuchar en vivo sino descargarlo automáticamente, había pocos syndicadores fuera de Itunes.

Cuando surgieron las tablets fue lo mismo, fracasaron. Pero luego cuando empezó a masificarse la conectividad. Yo creo que si volviera el podcasting a resurgir y habría alguien que lo apadrinara, yo creo que habría mucha más gente, porque de hecho es lo que sucede con Spotify. Si hoy que hay un mayor acceso a internet, un mayor uso de dispositivos móviles, creo que la gente conocería y empezaría a usar más el podcast, un servicio al que uno se suscribe.

¿Por qué la radio en la escuela?

Es relativamente sencillo hacer radio en la escuela en todos los aspectos. Es relativamente fácil para la gente hacer radio: es hablar, mejor o peor, pero es hablar, incluso

para chicos pequeños que aún no saben escribir. Sólo hay que abrir el micrófono y una vez que pierden el miedo, pueden contar historias, inventar personajes. Seguramente muchos más se van a animar que los que se animarían a escribir para el diario de la escuela.

Además, es un medio sencillo para la producción. Es relativamente barato. Una computadora, unos parlantes, un micrófono...es más económico que una televisión. Son costos que se hacen una vez. Tinta, para los periódicos. Un blog, lo mismo. Siempre está ese limitante. Cualquiera de los tres medios son más dificultosos que la radio: periódico, televisión, blogs.

¿Qué actividades hacer con los chicos en el aula?

El problema del radioteatro depende del grupo. Les cuesta mucho actuar entre ellos. Siempre están los más extrovertidos y los tímidos. La experimentación sonora es mejor: el radio arte. Voces, efectos. Lenguaje sonoro. La parte técnica los divierte mucho.

Narración, postal sonora sin voces. Esa es otra: ponerles algunos retos de este tipo desde la experimentación sonora.

David Eskenazi, operador/editor del programa “Amplitud”. Grabada en persona, 29-9-2015. <http://amplitudsolidaria.com.ar/>

Amplitud es una ONG integrada por profesionales y docentes de comunicación para llevar la radio como un medio para expresarse. No sólo para escuelas, sino en algún lugar donde la radio pueda hacer algo para ayudar.

Se concentró en villas principalmente, en la 21, en la 20...Se labura de forma autónoma, pero también para el GCBA, a través de la Secretaría de Inclusión.

¿Por qué sólo radio y no gráfica, audiovisual?

Los fundadores son fanas de la radio. Y también por el tipo de medio que es la radio, no necesitás una infraestructura como la de otros medios. En la radio con un mic, una consola, ganas de hablar, ya estás haciendo radio, con música de fondo.

Lo que se apunta es a hacer una radio abierta, con columnas, contenido, etcétera...a terminar haciendo un programa de radio. Esto es sin transmisión, también puede ser una propaladora. Casi siempre surge alguien que opera. Ya ves al pibe que pinta para operador. Naturalmente van surgiendo los roles, al pibe que le gustan los equipos, habla menos. La

operación técnica es un buen lugar que no hay que pasar al frente. En todos los grupos hay alguien más caradura, al que le gustan los deportes, otro con dotes de organizadores.

Depende del tiempo que tengamos hacemos cursos largos o cortos. O enseño como usar una consola directamente mostrándoles. En algunos talleres surgió la edición, con Audition. Di capacitaciones para Nacional con el Audition en emisoras del Interior. Los operadores sabían usar software lineal pero no multipista.

El Audition...no lo tienen todas las computadoras...para mí es un soft muy intuitivo, tiene todo integrado. En general, el que labura con Sound Forge después se pasa al Vegas...A mí me parece que si empezás de cero, es mejor el Audition porque es un sólo programa. No he usado el Audacity mucho, pero sé que es un programa que sirve.

En general el que está familiarizado con el uso de la compu está canchero...algunos entienden en 10 minutos como es. Pero hay que nivelar para que no se aburran los que saben, o se queden atrás los que no.

Yo siempre trato de explicar el mínimo, hasta lo que se da por entendido, y empiezo desde lo más chiquito que es cortar un audio, limpiarlo hasta llegar a mezclarlo y producir una pieza. Yo uso la metáfora de la pizza que uno le va agregando ingredientes, capas.

¿Qué actividades sugerís hacer en el aula?

Lo primero es grabar la voz, que tenga un nivel aceptable, que laburen no saturar y después que limpien el audio para editar posterior. Los planos, es otro tema importante. La compresión, esas cosas, ya son para una clase superior...

Entonces, primero: grabar la voz. Guardar los archivos, cómo los van a comprimir, renderizar...mp3, waw, qué es más pesado. Luego se puede hacer un spot. Cómo meter una música, mezclar con otra voz.

¿Qué me podés contar sobre la brecha tecnológica?

El acceso a Internet puede ser más acotado. Seguro que no tienen acceso a internet en la casa, en la villa. A mí me dio la sensación que el acceso no era tan generalizado ahí como en la clase media, acá en el centro. La edición de audio en general, tiene que ver con las posibilidades de cada grupo. Pero no es lo principal del taller. Lo principal es que ellos vayan y jueguen a hacer radio. Se copan. Hay muchos chicos grandes ya tienen programas de radio y quieren aprender cómo hacerlo mejor.

La radio es un lindo recuerdo que queda de la infancia, de la adolescencia, aunque después no dispare una vocación en medios. Ahí sale todo, da para hablar de los miedos, de lo que les gusta, lo que no...

De hecho, primero hay que romper eso de la escuela que los están cagando a pedos, tienen que hacer tareas...si no traen lo que les pedimos no pasa nada, lo generamos nosotros.

Surgen cosas, hay que hablar al fierrito y surge: que los enoja, que quieren ser cuando sean grandes...a mí me copa más que se pongan a hablar de su vida cotidiana.

Simulamos la puesta al aire de un programa, hay una figura del operador. En la escuela es extracurricular...

¿Cómo es la relación con el micrófono?

Hay algunos que son muy tímidos, les cuesta. NO tienen facilidad de palabra, no hay un vocabulario muy amplio, la lectura les cuesta. Oralmente, les cuesta, hay limitación. Me imagino que debe tener con las nuevas tecnologías, no hablamos tanto.

Sobre todo tienen problema con que los estén mirando, les da un poco de pánico escénico. Cosas de chicos, pero no por hablar frente al micrófono. Es la edad, los pibes están con todas las vergüenzas...yo trato de relajar.

¿Qué buscan generar con Amplitud?

Yo veo pibes que tienen 17 años...? ¿viste los gallegos y los tanos que querían que sus hijos querían que sean profesionales? En la villa veo eso. Muchos salen y hacen un terciario.

La villa no es un lugar que me parece que haya cosas tan raras...a nosotros nos tocan cartas para jugar, a estos pibes les tocó un cinco y dos cuatro y no tienen ni para el envido. Pero no hay otro motivo. Los adolescentes que conozco son como yo era ahí, con la diferencia de que viven en la villa con lo que eso implica: no pueden sacar el registro porque no tienen domicilio. NO hay otra razón por la que no pueden salir adelante. Es habitacional el problema. Tienen valores re copados. Ahí te das cuenta de que la sociedad les cierra la puerta. Nosotros tuvimos mejores cartas, pero podríamos estar ahí. Les tocaron malas cartas.

Les cambiamos el cuatro que les tocó, por un siete, y ahí te canta un vale cuatro que te rompe el c... El taller de radio puede disparar eso. Ir al ISER a cursar operación técnica de noche es factible. Pero tienen que saber que existe eso. Mal que mal tienen un oficio y después van a laburar.

Fernando Richter, coordinador del programa Radios CAJ del Ministerio de Educación de la Nación. Agosto de 2015

P. ¿cuántas radios hay funcionando?

R: En este momento estamos en 203 ó 204 radios instaladas, al aire, emitiendo su señal en frecuencia modulada y el proyecto en su alcance total y final es de 240 emisoras de aire. Después hay una pequeña cantidad de proyectos acotados y definidos en determinados lugares para emisoras on-line, pero las emisoras de frecuencia modulada son 240 proyectadas distribuidas en todo el país. Con su antena, su transmisor y su frecuencia asignada en el marco de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Esto es el Programa Nacional de Extensión Educativa. El programa se creó en abril de 2010, en mayo hicimos el lanzamiento. Este programa tiene su razón de ser en un anuncio que hizo la Presidenta de la Nación junto con el ministro de Educación de la Nación en febrero de 2010. Ese anuncio era un Plan de Fortalecimiento de la Escuela Secundaria como una línea de acción que luego el ministerio empieza a desarrollar con políticas concretas. Siempre hablando de escuelas públicas estatales, claro. A partir de abril y en función de esta intencionalidad de la estrategia de fortalecimiento de la escuela secundaria y también en función de datos preocupantes y diagnósticos complejos como deserción, repitencia y otros, empezamos a desarrollar estrategias que tiendan a mejorar la trayectoria escolar, fortalecer los procesos de aprendizaje, acompañar a los pibes en el tránsito por la escuela buscando caminos alternativos y otras formas de vinculación a la disciplina del estudio, la lectura, etc. Intentamos buscar estrategias que despertaran en ellos otro caudal de intereses que la escuela tradicional no estaba logrando. El objetivo es darle pelea fuerte a estos indicadores tan preocupantes.

P: ¿Con actividades extracurriculares?

R: No, no son actividades extracurriculares. Los Centros de Actividades Juveniles son una línea de acción precedente a nosotros, al Programa de Extensión, desde el 2001 ó 2002 existen los CAJ. En aquel entonces tenían una visión un poco más asistencialista dentro del espacio de la escuela. En aquellos años estaba todo tan en llamas que la idea era tener a los pibes en la escuela desde una perspectiva de la contención, que hasta tenía que ver con la alimentación. Ahora los CAJ tienen una redefinición más como soporte pedagógico y socioeducativo de la escuela secundaria. Nosotros trabajamos directamente desde la perspectiva de cinco orientaciones, yo formo parte del grupo de coordinación de una de esas orientaciones, que es Comunicación y Nuevas Tecnologías. CyNT tiene tres proyectos hoy en danza dentro de lo que son las escuelas secundarias:

-El periódico digital, periodicocaj.com.

-CAJ audiovisual, que tomamos una línea de acción existente en el ministerio que eran los Polos Audiovisuales y ahora están dentro de CAJ audiovisual y

-Radios CAJ, que es tal vez el que más conocidos nos ha hecho.

P: ¿A qué pensás que se debe esto?

R: Es el que más desarrollo tiene, hasta te diría en términos cronológicos, porque fue uno de los primeros proyectos con los que arrancamos en 2010. Desde esa perspectiva es uno de los proyectos con más recorrido, CAJ audiovisual es del año pasado, lo mismo que el periódico digital. Entonces, Radios CAJ es un proceso que desde el inicio mismo del PEE está lanzado, porque en su presentación anunciamos la presentación de 100 emisoras y fue creciendo en impulso del ministerio y también en demanda. Nosotros empezamos a concebirlo en 2008 pero no teníamos un contexto histórico antes de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. A partir de ahí pudimos solicitar y tramitar directamente las frecuencias en frecuencia modulada. Nosotros somos categoría F y tenemos distintos alcances y potencias en función de cómo está el espectro en cada localidad. Nosotros trabajamos con equipos de baja potencia, torres de 30 metros y 4 dipolos abiertos. Desde las finalidades del proyecto nosotros planteamos una radio como un espacio de aprendizaje en tanto relación directa con la currícula escolar, por eso no decimos extracurriculares sino más bien todo lo contrario. Trabajamos en horarios escolares, a contraturno o los sábados. El CAJ tiene una estructura de educadores y al estar insertos dentro de la escuela secundaria también trabajás con la planta de la escuela.

P: ¿Cada escuela tiene libertad para manejar la emisora?

R: Para nosotros en ese sentido es importante que la libertad tenga que ver con una finalidad concreta y un objetivo que perseguimos como educación pública, políticas activas en educación. Entendemos que la búsqueda de estrategias y políticas educativas tiene que ser algo que desde la apertura y los consensos tenemos que garantizar. Está bueno entender que sin políticas educativas que impulsen y que nos redefinan a nosotros como Estado-Nación es muy difícil pensar un modelo educativo, o desde un lugar de total libre albedrío. Esto no tiene que ver con imposiciones pero sí con entender que el sistema educativo, si no es a través de políticas que incluyan, que unifiquen y que nos orienten en una determinada dirección, no se logra una estrategia contundente contra la repitencia y la deserción. No queremos que se diluya la política y en ese sentido articulamos los recursos materiales, humanos, la capacitación, el abordaje de los contenidos curriculares. Además es necesario entender que se aborda el contenido desde otra forma, hay chicos que agarraron temas de historia por ejemplo, e intentamos que se rompan determinadas normas y abordar tratamientos estéticos. Por ejemplo si presentamos en la radio una investigación que hicimos, la contamos, leemos lo que averiguamos, pero que no sea una lección leída por radio nada más. Por eso para nosotros es rico pensar en el radioteatro, el magazine y otras formas de volcar el contenido. Me acuerdo de unos pibes de Salta que ambientaron el cuartel del Plumerillo como si la radio existiera en aquel momento en el que San Martín se preparaba para el cruce de los andes y la liberación de Chile y había un movilero en el cuartel y se le tiraba encima a San Martín para “robarle” declaraciones y le preguntaban al cura que fabricaba los cañones “usted, como cura ¿cómo se siente fabricando armas?”. Entonces el medio potencia otras cosas, que se ligan con el contenido, pero permiten jugarlo, hacerlo disfrutable, estético, creativo y a la vez más profundo.

P: ¿La capacitación cómo se realiza?

R: Nosotros empezamos nuestro plan de capacitación en junio de 2011 y continúa. Nosotros tenemos un equipo interdisciplinario de 25 personas, operadores, locutores, editores, periodistas... también tenemos actrices, actores, guionistas y obviamente educadores que son los que le ponen la vuelta pedagógica al asunto porque nosotros ahí tenemos la mirada institucional de la escuela. Ellos coordinan la cuestión que tienen que ver con la relación institucional entre proyectos de este tipo y la escuela en su conjunto, gente con la que vos tenés que trabajar estas posibilidades...

P: ¿Cómo se arma la radio?

R: A ver... Nosotros generamos una posibilidad de distribuir recursos que en este caso son emisoras de radio completas, no libros u otras cosas. Desde lo que se llama distribución polinómica, a partir de determinados indicadores, se establece cuánto se va a distribuir a cada provincia. Luego, cada provincia abre el juego a la recepción de las propuestas de las escuelas y va definiendo en qué escuela se instalan los medios. Eso lo definen los ministerios provinciales en prácticamente todo el país. Entonces esos proyectos no son remitidos a nosotros y nosotros con CNC y AFSCA y, en cumplimiento de lo que pide la ley, se inicia el derrotero de la tramitación de la frecuencia, los expedientes, etc. Ahí se arma la factibilidad en términos de las frecuencias disponibles en el lugar y luego de una serie de trámites más se establece que tal escuela está en condiciones de hacer uso de la frecuencia que le fue asignada. Una vez realizado esto nosotros nos dedicamos a la instalación de las plantas transmisoras. Todo ya está comprado y atravesó los procesos licitatorios correspondientes. En su momento fue arduo pero agiliza el proceso ahora en el escuela a escuela. Léase, hubo oferentes que compulsaron en precio y demás... Ahora, entonces, se toma un equipamiento completo de los que están en depósito y se instala.

P: ¿De qué consta un kit?

R: Y... es un listadito... tenemos la PC de cabina, micrófonos, auriculares, distribuidores de auriculares y micrófonos, en cuanto a edición digital usamos Audacity y ahí el tema del código abierto en las PCs de Conectar Igualdad nos ayuda mucho. O sea, vos llegás a una escuela en un paraje lejano y el pibe tiene una Conectar Igualdad con un Audacity. La distribución es directa, se sube todo a un camión y llega a la puerta de la escuela. A partir de ahí nosotros enviamos a nuestro equipo de instalación, que es otro grupo de actores de este proyecto, a montar todo, planta, torre, estudio, cabina, todo...

Luego de esto se inicia el proceso de capacitación. Tenemos tres instancias de capacitación: locales, provinciales y nacionales. En las locales nosotros vamos durante dos días en cada oportunidad a la escuela a capacitar. Si bien las capacitaciones son abiertas hay limitaciones operativas. Nosotros llegamos a la escuela con tres o cuatro profes, de acuerdo a la capacidad logística del programa. Hay lugares más accesibles y otros menos. Esta forma de capacitación la vamos montando de acuerdo a las condicionantes que impone un programa nacional de cobertura en todo el territorio. Pensá que donde más radios tenemos es en lugares más lejanos y complejos de acceder, en los lugares más cercanos es donde menos radios tenemos.

También esto tiene que ver con la saturación del aire en cuanto a emisoras. En muchos lugares está lleno de radios truchas y no hay factibilidad, no hay frecuencias disponibles. Ordenar el aire es un pendiente muy importante.

P: ¿Cómo es la capacitación?

R: tratamos de conformar equipos de producción con los chicos donde los pibes después se dispersen en áreas como técnica y arte, producción de contenidos, géneros y formatos, lenguaje periodístico... Para nosotros lo periodístico no es exclusivo ni excluyente. Además, nosotros somos escuela secundaria, entonces lo que tenga que ver con oficios los pibes lo definirán a su debido tiempo.

P: Una vez establecidas las bases de la capacitación ¿Queda un coordinador?

R: Los CAJ tienen un coordinador del CAJ. Cuando vamos a la escuela tenemos la propuesta de talleres para los pibes y un grupo de coordinadores que trabaja exclusivamente con los docentes de la escuela, no con los educadores del CAJ, con quienes nosotros avanzamos en la perspectiva de desarrollo que tenemos como CAJ pero nos interesa llegar mucho a los docentes de nivel medio, a la profe de geografía, de cívica. Digamos que con los talleristas del CAJ nosotros tenemos una dinámica permanente, con quienes no la tenemos de forma tan permanente es con los docentes medios. Ahí está la dificultad de pensar estrategias nuevas, digamos que los docentes no son tan proclives a revisar críticamente su plan, etc. De todas maneras cuando vamos a cada escuela hay una propuesta de capacitación y talleres para los profes. De hecho cuando empiezan a participar en las radios se re copan... Entonces a partir de las capacitaciones se ponen en un plano de disfrute, porque a nosotros también nos interesa que los docentes lo disfruten. Porque a veces pasa en las escuelas que el alumno no quiere ir, el profe no quiere ir, nadie quiere ir, entonces es importante sacarles el embole y propiciar el disfrute, que digan "qué bueno que estuvo" tanto el pibe como el profe, que recuperen la idea de que está bueno y está copado ir a la escuela.

P: ¿Hay otras instancias de capacitación?

R: Claro, tenemos las provinciales, en las capitales provinciales y las nacionales que se realizan una vez por año. Estábamos haciendo los encuentros generalmente en octubre y en octubre 2015 va a estar un poco complicado. Lo que pasa a veces con estas cosas es que la coyuntura va determinando cuestiones o corrimientos de fechas. Para nosotros también fue una instancia compleja y ardua aunque a la vez muy interesante, generar las instancias nacionales. Nosotros arrancamos con los encuentros nacionales en 2013 en el Ecuhi y luego nos fuimos ampliando a Parque Norte y Tecnópolis.

P: Luego de poner en marcha la estructura ¿Se sostiene la programación?

R: Nosotros no aspiramos tampoco a tener cubierta toda la banda horario, apostamos a una producción de enlatados y pensar los procesos de grabación en términos de generación de

contenidos para un archivo sonoro que si es temporal no sirve tanto. Hay mucha producción que es atemporal que entra en la lógica del podcasting. Todas las emisoras son repetidoras de Radio Nacional, entonces, cuando no tenemos programas propios se repite Nacional. También en las escuelas hay TDA por iniciativa de la CNC. Y a través de TDA viene LRA1, con la posibilidad de que las emisoras se conviertan en repetidoras. Nosotros ahí les pedimos que realicen las producciones que puedan, porque en muchos lugares la radio CAJ es el único medio, en un montón de lugares.

P: ¿Están abiertas las radios CAJ a participaciones de afuera de la escuela?

R: Generalmente se trata de habilitar esas participaciones. En general no nos definimos como radios comunitarias, no es la intención del proyecto. Pero somos concientes de las diversas realidades. Hay mucho de radio servicio. En otros lugares somos una propuesta más que se suma a la oferta de medios. Hacemos una diferenciación por la finalidad pedagógica y el recurso va a la escuela con el objetivo de mejorar la experiencia de enseñanza-aprendizaje.

P: Hay un esquema muy organizado pero móvil...

R: Si. Hay una perspectiva socioeducativa que es el otro 50%. Pero también es un canal de expresión para los pibes, para que los pibes digan lo que quieran decir. Nosotros no estamos reacios a eso, sino todo lo contrario. Queremos que esa formación genere un mayor compromiso de los pibes con la escuela, en la medida que la escuela nos permita y nos habilite a hacer lo que tenemos ganas, obvio, dentro de un marco institucional.

P: ¿Hay estadísticas de cuántos pibes terminan insertándose en el medio?

R: Para nosotros es poco todavía, creemos que es un proceso en desarrollo y que viene una nueva etapa. Es complicado tirar números, pero digamos que de una división de treinta pibes serían diez.

P: Ah, bueno, el 30% no es poco...

R: Creo que lo que a nosotros nos significaron todos estos años es llegar a una escuela secundaria con propuestas, con políticas educativas... pero ahora viene una etapa en la que la incidencia en cuanto a trayectoria escolar tiene que estar a la altura de la inversión que se hizo. Para nosotros el tema sigue siendo la deserción, la repitencia, hay que ganarle a eso, ese sigue siendo el fin. También sucede que las políticas de alcance nacional, con los matices de cada lugar, llevan su tiempo para implementarse. Si algo bueno ha tenido la administración del ministro Sileoni es justamente volver a pensar políticas educativas de alcance nacional, unificando algunas cuestiones sin dejar de atender a la heteronomía. Nosotros aspiramos a que el recurso tenga una incidencia en la vida institucional de la escuela, en términos de motivación...

P: ¿Se enganchan los más extrovertidos, los mejores estudiantes...?

R: Hay de todo en la composición, hay pibes con una mirada política o compromiso, o una idea de participación en espacios sociales y culturales. Hay otros pibes que entran a la radio desde el lugar de que no quieren hablar y se meten en el detrás del micrófono, edición, operación...

Nosotros, claramente no seguimos al estereotipo de los medios de comunicación, entonces los pibes trabajan con otra óptica. Si algo buscamos es justamente no ir a los tópicos de cómo se locuta, sino enfocados en un paradigma diferente. Los pibes se traban, se ríen y nosotros festejamos.

P: En ese sentido están dando una pelea estética muy importante porque hasta hace unos años había que sonar como se sonaba en Buenos Aires...

R: Claro, el castellano rioplatense, sin tonada ni nada.

P: ¿Por qué te parece que la radio en la escuela prende?

R: Nosotros no nos consideramos ni remotamente inventores de nada en términos de radios escolares, hay muchas experiencias exitosas que nos preceden, es un hecho... Cuando el Estado toma la iniciativa y hace posibles las políticas en términos de acción y concreción, no desde una perspectiva del regalo o la donación. Este recurso tiene sus objetivos, no es el recurso por sí solo. Ahí está la diferencia que tal vez nosotros vimos en todos estos años, cuando el ministerio lleva adelante en articulación con otros organismos del Estado estas cosas suceden. Antes, las radios escolares funcionaban desde la voluntad individual, desde un lugar institucional muy aislado, creo que ésa es la diferencia con este plan. Ahora, creo que la radio es un medio de comunicación accesible, posible, práctico inclusive hasta en los costos... No se, yo soy docente de primaria y secundaria y he sido productor de radio, de radio comercial, no comunitaria. Lo que vi cuando llegué acá es que empecé a producir enlatados para radio en mi casa, con muy poca cosa. Creo que esa es una gran ventaja de la radio, dentro del universo del medio de comunicación es muy accesible. Igualmente este no sería puntualmente el caso porque nosotros estamos instalando radios completas, de baja potencia, pero completas. Todo esto, en el caso de la comunicación audiovisual es claramente más complicado; se hacen contenidos pero no hay canales de emisión.

Por otra parte creo que el tema de que en la radio no te vean es importante aunque no determinante. Me parece que en la radio hay algo de juego mucho más que en la realización de un enlatado o en la cosa audiovisual. La interacción con la técnica, la entrada, la música, los contenidos... hay un universo también interesante en la edición, eso a los pibes les llama mucho la atención, es como una página en blanco en la que yo voy a pintar un paisaje sonoro. El lugar de la edición es un lugar muy creativo, que se pone divertido para los pibes. Nosotros tratamos de buscar distintas formas de grabación, a veces con los estudios, a veces derecho con los mics que tienen las netbooks. Usamos mucho como isla de edición la propia radio. Digamos que hoy grabar con calidad es bastante más accesible que en épocas pasadas. Con un mic, un ampli de viola de los pibes que tocan, o con los propios equipos de sonido de los colegios para los actos... Hay juego, hay imaginación y el proceso creativo se resuelve con pocos recursos. Este proceso creativo no es privativo de la radio, pero sí la radio lo acerca

mucho. Para nosotros el aprendizaje no tiene que estar reñido con el disfrute, con reírse, con pasarla bien. No que se convierta en una joda y se desvirtúe. Pero ese riesgo lo maneja el docente, ellos están para encausar las cosas. Para nosotros la escuela estaba relacionada con algo aburrido y nosotros queremos que los pibes se diviertan estudiando. Por suerte los pibes nos dan devoluciones importantísimas cuando se comprometen, se sorprenden de sí mismos inclusive... Nosotros tenemos toda la fe en los pibes, creemos que tienen inquietudes, sólo que hay que encontrarlas y encausarlas. Hay que abrir, ofrecer e innovar para que eso suceda. Hay que luchar con décadas y décadas de anquilosamiento y falta de políticas activas. Si hay datos que nos alarman tenemos que establecer estrategias que reformulen las cosas, porque sino sigue pasando lo mismo siempre.

P: ¿Brindan el soporte para que las radios emitan por Internet?

R: La posibilidad de la emisión online es algo que la propia escuela o la jurisdicción maneja, nosotros ahí no nos involucramos porque el panorama es muy variado. No es lo mismo una radio escolar CAJ en la capital de La Rioja que una que está en un paraje o en una localidad pequeña de la provincia o radios bilingües como las wichis o las quechuas. O sea, nosotros no vamos con una radio bilingüe, sino que nos adaptamos a escuelas que lo son a nuestra llegada. También tenemos, no me animaría a decir que somos los primeros pero sí que fue muy difícil, una emisora en un lugar de encierro con pibes que están privados de su libertad por conflictos con la ley. En general las experiencias de radio que se han hecho en unidades carcelarias o instituciones de encierro tienen que ver con experiencias internas pero no salen al aire, afuera del penal. Siempre se argumentan cuestiones de seguridad, digamos. Entiendo también que hay cierto recelo de qué van a decir por los micrófonos en una instancia de comunicación... Cuesta mucho avanzar sobre medios de comunicación instalados dentro de unidades de encierro, una cosa son los talleres, pero otra distinta es transmitir "hacia fuera". Con todas las particularidades del caso, la experiencia de las radios está funcionando muy bien, los pibes hacen radio y las cosas oscuras y fantasmagóricas se van desvaneciendo.

P: ¿Influye mucho la impronta de cada lugar?

R: Es determinante. No es lo mismo lo rural donde el pibe trabaja en el campo, pero se lleva la portátil a la cosecha y escucha. Hasta se pasaba la tarea por radio. Hemos tenido incluso la discusión de si esto no era la legitimación del trabajo infantil, pero eso va más allá de nuestra competencia como ministerio de Educación. Amén de los proyectos particulares tenés una impronta geográfica, cultural que determina la experiencia.

La realidad de las capitales de provincia o de localidades importantes es muy otra.

P: Contame de vos.

R: Yo soy docente desde 1985, soy de CABA pero muy joven me fui a Bariloche. Arranqué como docente acá en La Matanza, como docente de lengua y literatura en primaria y secundaria. En el sur trabajé veinte años como docente y en 1998 en Bariloche arranqué en la

radio con producciones independientes mías, con la compra de espacios, búsqueda de auspiciantes. Me acerqué a la radio como oyente, y eso es interesante con los pibes porque no son oyentes de radio, sin embargo se recontra copan como si lo hubieran sido. Yo sí he sido oyente de radio y desde ese lugar me arrimo, no vengo de ninguna carrera vinculada con la radiofonía. Llegué a la radio como independiente y luego de dos años me pasaron a la planta de la radio, hice resumen de noticias, producción, luego la radio cerró y con un grupo de trabajadores de esa emisora montamos otro medio que duró hasta el 2003, cuando la vendimos. Después estuve en otra radio con una producción independiente durante cuatro años y me vine para acá y con esta impronta socioeducativa estoy en el barrio Carrillo en Soldati. Soy un todoterreno radial, te formás un poco en todo, eso también tiene la radio. Lo bueno de este momento es que pude combinar mis dos grandes pasiones. Extraño la radio, la extraño mucho...