

LA UTILIZACIÓN DE LOS PODCAST EN LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA: ENTRE LA INSTITUCIÓN Y LA ENSEÑANZA

Piñeiro-Otero, Teresa¹

Universidade da Coruña

Teresa.pineiro@udc.es

Material original autorizado para su primera publicación en la Revista Académica Hologramática

RESUMEN

La incorporación del fenómeno *podcasting* al ámbito de la Educación Superior ha propiciado la flexibilización de las instituciones educativas así como un mayor control del sujeto sobre su propio aprendizaje. La utilización de los *podcast* con finalidades didácticas presenta numerosos beneficios para el alumno, al tiempo que permite disociar el proceso de enseñanza-aprendizaje de cualquier tipo de espacio físico-temporal. No obstante, pese a las múltiples experiencias de *podcasting* educativo llevadas a cabo en el ámbito internacional, en el contexto español su utilización todavía es minoritaria e intuitiva.

El objeto de este trabajo ha sido el de analizar la presencia y utilización que las universidades realizan del *podcasting* académico con la intención de determinar similitudes y/o diferencias en el empleo de dicha herramienta. Un trabajo desarrollado a partir del análisis de contenido de aquellos espacios de las universidades españolas en la plataforma *iTunes U*.

Esta investigación ha permitido señalar una utilización muy básica de los contenidos de carácter docente en formato *podcast* en detrimento de aquellos de carácter institucional. Circunstancia que ha propiciado la consideración de los espacios en dicha plataforma académica como otro modo vehicular la imagen de la universidad en el medio digital

¹ Doctora en Comunicación por la Universidad de Vigo, Master en Docencia e Investigación educativa para la Educación Superior por la Universidad Española de Educación a Distancia y profesora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidade da Coruña. Ha enfocado su ámbito de estudio en el medio sonoro tanto desde la perspectiva publicitaria como de sus nuevas manifestaciones. En esta línea, sus últimos trabajos han profundizado en las potencialidades educativas de las webrádios universitarias así como de uno de sus elementos característicos: los podcast.

más que como un canal de distribución de contenidos didácticos para su consumo *everywhere*.

Palabras clave: Universidad, podcast, educación.

ABSTRACT

PODCAST USE IN SPANISH UNIVERSITY: WITHIN INSTITUTION AND EDUCATION.

Podcasting phenomenon at university has become education institutions more flexible and it has involved most subject control in his own learning. Podcast didactic use presents numerous profits for the students and it allows to dissociate learning process from any kind of space and temporary barriers. Nevertheless, in spite of several international experiences in podcasting education, its use in Spanish context continues to be minority and intuitive.

The aim of this research has been to analyse the presence and utilization of academic podcasting at Spanish universities aiming to determine similarities and/or differences in this tool employment. A research developed from the content analysis of Spanish universities spaces in *iTunesU*.

This study has allowed to destaque a basic utilization of educational podcast contents from institucional ones. This situation has favored the consideration of this spaces like another way for institutional digital enhancement more than as a channel of *everywhere* didactic content distribution.

Keywords: University, podcast, learning.

1. Introducción

El término *podcasting* fue acuñado por Ben Hammersley en su artículo “Audible Revolution” publicado en *The Guardian* (2004). Artículo en el que se señalaba un “new boom in amateur radio” basado en la exponencial expansión de reproductores MP3 y en el abaratamiento del *software* de producción de audio.

Para dar nombre a este fenómeno Hammersley propuso diversas denominaciones como “audioblogging, guerrilla media o podcasting”, siendo esta última la que –finalmente– adquirió mayor proyección.

El nacimiento del *podcasting* debe situarse en el año 2004 con la creación, por parte de David Winer y Adam Curry, de una aplicación informática capaz de descargar en el *iPod* programas de radio online de forma automática. Esta aplicación puso fin a un proceso iniciado por el propio Winer, cuatro años antes, con el desarrollo de la etiqueta <enclosure> para la versión 0.92 de RSS. Etiqueta que permitió la sindicación del primer archivo de audio (Tenorio, 2008, p. 9).

Hoy, siete años después de su aparición, los *podcast* han logrado hacerse un lugar en la vida cotidiana de miles de personas, así como un espacio físico en la memoria de sus reproductores multimedia.

Más allá de constituir uno de los elementos característicos de la mediamorfosis, entendida como la adaptación de los media tradicionales a Internet (Fidler, 1997), el *podcasting* adquiere especial relevancia desde la perspectiva del nuevo rol de usuario. En efecto, si la aparición de la Web 2.0 propició el paso del consumidor tradicional-pasivo al *prosumidor* (Islas, 2008) los *podcast* se erigen como unos de sus principales abanderados. Cualquier usuario dotado de un equipamiento tecnológico básico puede convertirse en emisor y ser escuchado en todo el mundo.

En líneas generales se puede definir *podcasting* como “la distribución de contenidos sonoros a través de Internet mediante un proceso automático denominado sindicación web. La clave de este sistema es la incorporación del archivo de audio adjunto en un ‘feed’- con un determinado formato de sindicación” (Sellas, 2009, p. 177). En función de esta definición los *podcast* constituyen archivos de audio distribuidos “mediante

‘podcasting’” o una serie de episodios sonoros distribuidos de forma periódica en un mismo “feed”.

Precisamente uno de los elementos que han favorecido la expansión de esta herramienta sonora ha sido la posibilidad de suscribirse a aquellos contenidos de interés vía RSS (*Real Simple Syndication*) o Atom. Suscripción que convierte los *podcast* en una *push technology* que trae al archivo directamente desde el servidor donde se encuentre alojado, en lugar de que sea el propio usuario quien vaya a la página concreta y lo descargue (Campbell, 2005).

Hablar de *podcasting* es hacerlo de un modo de difusión de emisiones de radio que “[a]través de subscrição de um 'feed RSS', e com a ajuda de um programa específico, pode-se descarregar automaticamente para o computador ou o “iPod”” (Moura y Carvalho, 2006, p. 88). Este *feed* sindicado se configura como el elemento diferencial del *podcast* respecto de cualquier otro tipo de descarga de archivos sonoros colgados en la web.

Independientemente de las potencialidades vinculadas a la sindicación, el importante crecimiento que han vivido los *podcast* en los últimos años se ha visto favorecido por la penetración de Internet, la facilidad de acceso al *software* de creación y edición audiovisual y la exponencial implantación de dispositivos móviles (iPod, MP3, PDA, *smartphones*, etc.) adecuados para el consumo de archivos sonoros (Educause, 2006).

A estas cuestiones, de motivación tecnológica, es preciso sumar otra de carácter sociológico con implicación directa en la repercusión positiva de los *podcast*: la creación y participación de comunidades *online*. “The adoption of Web 2.0 applications – applications, tools and services that enable users to capture, generate and share content and form online communities –has also contributed to the popularity of podcasts” (Edirisngha y Salmon, 2007).

La relevante expansión del fenómeno *podcasting* ha precisado de la reconceptualización del término que, una vez desvinculado de la radio online, ha pasado a definir una serie de contenidos sin interés comercial alojados en Internet desde donde es posible su consulta y descarga de forma gratuita (Infante, 2006, p.106).

2. Los *podcast* en el ámbito académico

Entre los diversos ámbitos que se han beneficiado de las potencialidades de los *podcast* resulta de particular interés el de la educación; ámbito en el que –pese a lo reciente del fenómeno– la integración del *podcasting* ha dado lugar a un relevante número de investigaciones. Estos estudios han destacado las virtualidades de dicha herramienta para el proceso de enseñanza-aprendizaje, con particular atención a los efectos positivos de su uso en los estudiantes.

El uso didáctico de los *podcast* enriquece la experiencia de aprendizaje (Boulos, Maramba y Wheeler, 2006), potencia la atención del estudiante y su reflexión (Baird y Fisher, 2006), incrementa su satisfacción (Miller y Piller, 2005) e, inclusive, reduce la ansiedad (Chan y Lee, 2005).

Además, la utilización del *podcasting* con finalidades didácticas presenta una serie de potencialidades asociadas al enriquecimiento del propio proceso de enseñanza-aprendizaje así como a una nueva concepción de éste.

Las facilidades de acceso y consumo que ofrecen los *podcast*, particularmente desde la perspectiva de los dispositivos móviles, permiten crear oportunidades para la revisión de los contenidos académicos, impensables en un contexto educativo convencional. Su utilización favorece la flexibilización de la enseñanza que sobrepasa los límites del aula y potencia un acceso diacrónico, *everywhere*, a medida del estudiante. Un usuario que muestra una predisposición positiva hacia los contenidos educativos vehiculados en formato *podcast* y que debe ser aprovechada por los docentes para entrar en sintonía con las nuevas generaciones de discentes, los llamados nativos digitales (Moura y Carvalho, 2006b, p. 2).

Asimismo, la utilización del *podcasting* en el ámbito de las instituciones de educación, más allá del ámbito estrictamente didáctico, puede resultar de interés para la cohesión de dichas comunidades comunicativas dado que “Podcasting is not simply a new way to distribute audio recordings, it’s a form of expression, of interaction and of community building” (Woodlang y Klass, 2005, p.5).

La incorporación de los *podcast* a las metodologías didácticas ha sido efectiva en los diversos niveles educativos, así como en las diferentes áreas del conocimiento, con variaciones en su diseño en función de las necesidades de cada ámbito académico. No obstante, la utilización de estas herramientas de la Web 2.0 para enriquecer el proceso de enseñanza-aprendizaje adquiere mayor importancia en la Educación Superior; marco idóneo para explotar la versatilidad y las posibilidades creativas de los *podcast* (Carvalho y otros, 2009).

2. 1. Diferentes manifestaciones del *podcasting* educativo

La incorporación del *podcasting* a la práctica habitual de las instituciones educativas no ha respondido a un único propósito, sino que ha favorecido la evolución de diferentes tipologías de *podcast* académicos en función de sus características y objetivos. Más allá de su empleo en el ámbito académico-institucional, la utilización de los *podcast* en el proceso de enseñanza-aprendizaje puede atender a diversos propósitos pedagógicos. Propósitos entre los que destacan, siguiendo a Salmon y otros (2007), el desarrollo de un aprendizaje independiente, colaborativo o la puesta en marcha de determinadas competencias (básicas y transversales).

La relevancia y amplitud del fenómeno *podcasting* dentro del ámbito educativo propició que se acuñasen diversas nomenclaturas atendiendo a sus rasgos característicos. A la diferencia básica entre los *audiocast* o *podcast* de audio, a los que habitualmente se hace referencia con la denominación genérica, y los *vodcast* o *podcast* de vídeo, hay que sumar otras designaciones específicas de su utilización didáctica.

Hürst y Waizenegger (2006) subrayaron diferentes términos relativos a la utilización de *podcast* en entornos educativos como *learncasting* y *podagogy* (para metodologías didácticas basadas en los *podcast* o con apoyo de éstos) o *profcasting* (para referirse concretamente a la utilización docente de los *podcast*). Igualmente, existen otras denominaciones con menor incidencia en el corpus teórico relativo al fenómeno *podcasting* en la educación, dada su referencia a realidades muy concretas, como es el caso del *lecturecasting* o grabación de las clases.

En el contexto de la Educación Superior los *podcast* han sido utilizados de múltiples maneras, con una mayor o menor adaptación al medio y a sus potencialidades educativas. El empleo de dichas herramientas ha derivado de una función muy básica, como refuerzo auditivo de una metodología de enseñanza convencional, a convertirse en la piedra angular de una metodología *mobile learning* (m-learning). Los *podcast* son utilizados para grabar clases (teóricas y prácticas) o parte de éstas, aportar orientaciones para la resolución de problemas u otro tipo de actividades, corregir trabajos de los alumnos, resumir unidades didácticas o clarificar conceptos presentes en éstas, aportar contenidos complementarios que permiten profundizar sobre determinadas cuestiones para promover un aprendizaje hipertextual, etc.

En su manual, *Profcast : Aprender y enseñar con podcast*, Borges señala hasta ocho posibilidades diferentes de la utilización de los *podcast* en el ámbito e la educación (Borges, 2009: 44-46): clase magistral o exposición (*lecturecasting*), indicaciones para trabajo de campo, explicaciones para trabajos de laboratorio/simulaciones, refuerzo o consolidación de contenidos concretos, contenidos básicos o preparatorios, comentarios/información personalizada, ampliación/contenidos de actualidad y promoción docente e institucional.

Una clasificación de las potencialidades del *podcasting* en el ámbito de las instituciones de Educación Superior que, dado el proceso de continua expansión que está viviendo el fenómeno, puede comprender nuevas posibilidades. Así, el concepto de la clase electrónica o virtual continúa desarrollándose y expandiéndose en múltiples direcciones, con la incorporación de nuevas iniciativas desarrolladas en el contexto didáctico.

3. Principales iniciativas del uso de *podcast* como metodología didáctica

Las primeras iniciativas de integración del *podcasting* al diseño e implementación de metodologías didácticas en la Educación Superior tuvieron lugar, prácticamente, con la aparición ndel fenómeno. En el mismo año 2004, el College Jogakuin de Osaka (Japón) incorporó los *podcast* para la enseñanza de inglés como lengua extranjera (Mochizuki

citado en Solano y Vera, 2010).

Entre las primeras instituciones que experimentaron las potencialidades de los *iPod* y de los *podcast* para la Educación Superior destaca la Universidad de Duke con su “Duke Digital Initiative” (Duke, 2006). Iniciativa que se basó, siguiendo a Belanguer (2005), en facilitar a los alumnos del primer curso unos *iPods* con los que podían acceder a contenidos desarrollados por los profesores como materiales de la asignatura, grabaciones de clases, grabaciones de campo u otra información complementaria para el estudio.

Esta Universidad también fue la primera en alojar el primer podcast de un congreso universitario, en septiembre de 2005 (Lankshear y Knobel, 2006, p.176).

Otras instituciones pioneras en la integración educativa de los *podcast* fueron la Universidad de Stanford, que creó un espacio académico en *iTunes* en el que el alumnado podía encontrar y descargar grabaciones de clases u otro tipo de material adicional; la Georgia College and State University, cuyos proyectos de innovación educativa basados en los *iPods* fueron anteriores a la aparición de los *podcast* (Moura y Carvalho, 2006b); o la Harvard Medical School que rápidamente adoptó ambas herramientas (*podcast* e *iPod*) en busca de potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En este contexto resulta de particular importancia la creación, en 2006, de *iTunes University* (*iTunes U*); repositorio web para instituciones de Educación Superior que permite la descarga y sindicación de *podcast* académicos (McKinney, Dyck y Luber, 2009). Una iniciativa fruto de la fuerte apuesta que la empresa *Apple*, cuyo reproductor multimedia portátil ha estado vinculado desde su origen al fenómeno *podcasting*, ha efectuado en cuestión de educación.

Más allá de estos primeros programas desarrollados en Estados Unidos (en adelante EEUU) al abrigo del *iPod* y del *iTunes*, el verdadero impulso a la incorporación del *podcasting* en el ámbito de la Educación Superior –en diversos países- tuvo lugar a partir del año 2006 (Salmon y Nie, 2008).

En ese mismo año se puso en marcha, ya en el contexto europeo, el “*Informal Mobile*

Podcasting and Learning Adaptation” (IMPALA) con la participación de 20 docentes y 500 discentes del Reino Unido pertenecientes a diferentes áreas y disciplinas. El IMPALA permitió subrayar las cualidades del *podcasting* para el aprendizaje, al tiempo que puso de relevancia la existencia de diferencias entre el consumo de un *podcast* académico y de cualquier otro tipo de archivo sonoro (Salmon y Nie, 2008).

En el caso español la incorporación de los *podcast* en aquellos proyectos de innovación educativa llevados a cabo en las universidades tuvo un desarrollo tardío respecto a las primeras iniciativas de este tipo en los EEUU. Un ejemplo de ello fue la incorporación de las primeras instituciones académicas españolas al *iTunes U*, tres años después de su creación.

Al margen de dicha plataforma existen otras iniciativas de uso de *podcast* en el ámbito de la universidad española, tanto desde la perspectiva institucional como docente. Unas iniciativas entre las que destaca el Proyecto ARCA debido a su configuración como un proyecto global, más allá del ámbito concreto de una sola institución educativa.

El proyecto ARCA, cuyo nombre resulta del acrónimo de “Agregador RSS para la Comunidad Académica”, es un proyecto creado para federar la información relativa a contenidos multimedia de los integrantes de la RedIRIS. Un agregador entre cuyos objetivos destaca el de vehicular y difundir entre la comunidad académica aquellos contenidos, elaborados por docentes e instituciones educativas superiores, que puedan resultar útiles tanto para el proceso de enseñanza-aprendizaje como para otro tipo de información de interés.

La creciente implantación de los *podcast* en el marco de la universidad española así como las potencialidades que éstos presentan para el enriquecimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje, la flexibilización de las instituciones académicas o el aprendizaje autónomo, los han situado en un lugar privilegiado en lo que se refiere a las herramientas didácticas de la Web 2.0. No obstante, la utilización que las universidades realizan de los *podcast* difiere bastante de unas a otras, pasando del ámbito estrictamente didáctico (a partir de iniciativas de carácter individual y/o colectivo) a la distribución de contenidos institucionales por parte del gabinete de comunicación. Una utilización heterogénea que se hace patente en la diversidad de formatos de *podcast*

atendiendo a sus objetivos, estructura, duración, presentación, secuenciación, etc.

El presente artículo tiene como objeto analizar la presencia y utilización por parte de las universidades españolas del *podcasting* académico con la intención de determinar la existencia de similitudes y/o diferencias en la utilización de dicha herramienta.

4. Material y métodos

A la hora de abordar el estudio de la utilización de los *podcast* en el contexto de la universidad española se ha determinado una primera dificultad derivada de la diversidad y fragmentación de los proyectos llevados a cabo en este ámbito.

En el marco de la Educación Superior española se pueden encontrar iniciativas de utilización de *podcast* desarrolladas por un único profesor, por un colectivo de docentes, por la propia institución académica, por plataformas interuniversitarias, etc. Una multiplicidad de promotores que no sólo dificulta la búsqueda de aquellas experiencias de *podcasting* académico, algunas de ellas localizadas en repositorios o plataformas de distribución de carácter gratuito sin acceso desde la propia web de la institución, sino que imposibilitan su comparación.

Para solventar dichas vicisitudes se optó por una muestra de análisis más concreta que contase con elementos comunes. Selección para la que se consideraron aquellas instituciones de Educación Superior con presencia en la plataforma *iTunes U* España.

En total seis universidades que, en mayo de 2011, contaban con canal propio en dicha plataforma académica: Universidad de Alicante, Universidad de Valladolid, Universidad Politécnica de Madrid, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad de Vigo e IE Business School/ IE University. Una muestra que ha tenido como particularidad su evolución a lo largo de esta investigación tanto en el número de unidades (con la reciente incorporación de una de las instituciones) como en la personalización de los canales y la organización de sus contenidos.

La adecuación de la organización y distribución de los *podcast* a esta plataforma, así como el carácter institucional de dichos espacios (frente a promotores individuales), garantizó la existencia de unos puntos de confluencia entre los canales de las diferentes universidades. Unos nexos comunes que permitieron comparar el tipo de utilización que cada una de estas instituciones realiza de los *podcast*, al tiempo que facilitaron el análisis de otras realidades como la personalización del canal, su organización y la tipología de contenidos vehiculados en éste.

Con la intención de abordar el estudio de la muestra de universidades españolas con presencia en la plataforma *iTunes U* se estableció el análisis de contenido como metodología de investigación. Un análisis que precisó determinar diversas variables tanto de carácter cualitativo (por ejemplo el grado de personalización del canal) como cuantitativo (p.e. el número de apartados o el número de *podcast* por apartado) en busca de efectuar una aproximación lo más sistemática posible.

Para ello se estableció una herramienta de trabajo cuyos ítems se organizaron en función de tres elementos: canal (personalización de elementos gráficos, textuales, organización), contenidos (*audiocast/ videocast*, tipología de contenidos en función de sus objetivos -institucionales, *lecturecasting*, explicación de prácticas/trabajo de campo, refuerzo de conceptos, tutoriales, etc- duración, idioma) y acceso (novedades, más descargados, distribución por apartados).

La configuración definitiva de dicha herramienta resultó de su experimentación en tres universidades de la muestra de estudio; una prueba que llevó a descartar alguna de las variables previamente establecidas, como el número de *podcast* del canal/apartado o la última fecha de actualización de contenidos. Esta supresión se fundamentó en el hecho de que, pese a que la creación de *iTunes U* España data de enero de 2009, alrededor del 50% de las instituciones con presencia en dicha plataforma se adhirieron en los últimos meses. Adhesión que implica la existencia de una menor actividad en el canal (en lo que se refiere al volumen de contenidos y al número de descargas por contenido).

5. Resultados

El análisis efectuado sobre las seis universidades españolas que cuentan con un espacio en *iTunes U* ha permitido determinar el tipo de uso docente e institucional que cada una de ellas realiza de dicha plataforma. Un análisis cuyos resultados van a estructurarse, al igual que la herramienta de estudio, en función de tres elementos: personalización del canal, tipología de contenidos vehiculados y facilidad de acceso de los usuarios finales a dichos contenidos.

5. 1. Personalización del canal

Una de las posibilidades que ofrece la plataforma *iTunes U* a las universidades es la de cambiar el diseño, incluir un mensaje para los usuarios que acceden por vez primera (de bienvenida o de presentación de la institución) o adecuar la distribución de bloques y apartados en función de sus intereses y necesidades. Esta personalización del canal, además de constituir una extensión de su imagen corporativa en el ámbito digital, puede resultar de interés para determinar el grado de madurez de dicha plataforma.

Tabla 1. Personalización del canal. Elaboración propia.

INSTITUCIÓN	DISEÑO	MENSAJE	DISTRIBUCIÓN
Universidad de Alicante	x	Bienvenida (podcast)	x
Universidad de Valladolid	x	Presentación	-
Universidad Politécnica de Madrid	x	-	-
Universidad Rey Juan Carlos	x	-	-
Universidade de Vigo	x	-	-
IE Business School/ IE University	x	Presentación	x

Los canales de las universidades españolas en *iTunes U* todavía presentan un grado de personalización muy básico. De hecho, a pesar de que todas las instituciones analizadas

han adecuado el diseño de este espacio virtual a su identidad corporativa (especialmente su cabecera) en la mayor parte de éstas la actuación sobre la estructura base que provee dicha plataforma académica no ha ido más allá.

Si atendemos a la distribución de los contenidos, es decir, a la configuración de un sistema de bloques y/o barras de acceso rápido para la organización de los diferentes *podcast* académicos, se puede observar una escasa injerencia de las universidades en la estructura de sus propios canales.

Solamente el 33% de las instituciones de la muestra han definido la distribución de sus espacios en la plataforma en función de sus propias necesidades. Una reorganización que, además de los bloques predefinidos, incorpora otros apartados que diferencian entre el ámbito estrictamente educativo y el institucional.

Esta personalización de la distribución de contenidos va más allá en el IE Business School/ IE University que, además de incorporar nuevos bloques para estructuración de los diferentes *podcast* académicos, ha transformado la barra lateral de acceso rápido en un elemento más de la propia cabecera del canal.

En lo que se refiere a la inclusión de un mensaje personalizado que funcione a modo de presentación de este espacio académico en *iTunes U*, éste se puede encontrar en el 50% de la muestra analizada. Un mensaje que, en dos de los casos está integrado en la propia cabecera del canal, desde donde ofrece una breve perspectiva tanto de la institución como de la plataforma académica.

En la Universidad de Alicante este mensaje de presentación es enunciado por el propio rector quien, en un *podcast* de vídeo situado en un lugar preeminente del bloque de contenidos institucionales, da la bienvenida al usuario. Un sistema similar al que presentaba la Universidad de Vigo, como se pudo comprobar en la primera aproximación a la muestra, y que desapareció con la última remodelación de su canal en *iTunes U*.

5. 2. Contenidos

A pesar de las diferencias existentes entre las instituciones de la muestra en lo relativo al grado de personalización de sus canales de *iTunes U*, es en el ámbito de los contenidos donde se pueden señalar las mayores divergencias entre universidades.

La diversidad de propósitos que presentan los *vodcast* (dado el carácter audiovisual de los *podcast* académicos de la muestra) vehiculados en esta plataforma de contenidos académicos dificulta la elaboración de una categorización exhaustiva común a las seis instituciones analizadas.

Figura 1. Tipología de podcast de las universidades españolas en *iTunes U* Elaboración propia.



Atendiendo a su finalidad se puede establecer una clasificación básica de los *podcast* de las instituciones universitarias españolas analizadas. Clasificación que diferencia aquellos contenidos de carácter institucional de aquellos estrictamente didácticos, al tiempo que añade un tercer definidor de carácter híbrido entre ambos: el de las conferencias.

La grabación y posterior distribución de congresos, conferencias y simposios en formato *podcast* puede ser considerada como una práctica de promoción institucional o, al contrario, constituir material de apoyo para enriquecer los contenidos de una materia concreta.

5.2.1. *podcast institucionales.*

Dentro de los *podcast* institucionales se encuentran aquellos contenidos vinculados a la institución universitaria y a su equipo de gobierno, actos académicos (apertura de curso, actos de investidura doctores *honoris causa*, actos de licenciatura, premios, etc.), información y eventos desarrollados en las escuelas / facultades o centros de investigación, información de interés vehiculada por el propio gabinete de comunicación, así como cualquier contenido promovido por otro tipo de organismos vinculados a la universidad (museos, centros de divulgación científica, unidades de igualdad, servicios de extensión universitaria, etc.).

5.2.2. *Podcast didácticos.*

En lo que respecta a los *podcast* didácticos, aquellos que forman parte de la planificación educativa de una materia concreta, el análisis de la muestra de estudio permitió diferenciar hasta cinco tipologías diferentes de *profcast* en función de su forma y objetivos: *lecturecasting*, refuerzos, instrucciones prácticas, tutoriales e información complementaria. Cinco tipologías que coinciden, prácticamente en su totalidad, con aquellas señaladas por Borges (2009, pp. 44-46) para la utilización de los *podcast* docentes con finalidad didáctica.

En este ámbito se puede considerar el *lecturecasting* la modalidad más básica de adaptación de contenidos de carácter didáctico al formato *podcast*; una tipología que supone la grabación de las clases y que -por tanto- suele carecer de una estructura y una duración adecuada para su consumo en los dispositivos móviles (a menudo superan los 15 minutos de duración o constituyen una secuencia de archivos carentes de sentido completo de modo individual).

Otras tipologías de *profcast* como los refuerzos, a menudo denominados “píldoras” dado que vehiculan contenidos relevantes para la materia en archivos de corta duración, las instrucciones de prácticas (cuyo mejor ejemplo es el *Itinerario Taquimétrico de*

Topografía de la Universidad Politécnica de Madrid) o la incorporación de información complementaria con contenidos de interés sobre determinados aspectos de la materia, presentan un formato más adecuado para su consulta y revisión en cualquier momento o lugar.

El hecho de que los contenidos didácticos vehiculados en *iTunes U* por las diversas instituciones de Educación Superior sean fundamentalmente de carácter audiovisual propició la presencia de una tipología de *profcast* no incluida en la clasificación elaborada por Borges: los tutoriales. Unos *vodcast* cuyo objetivo, en la mayor parte de los canales analizados, está encaminado a mostrar el funcionamiento de un programa o, por su breve duración, de determinadas herramientas de éste.

5.2.3. Conferencias.

La tercera tipología de *podcast*, a medio camino entre aquellos contenidos institucionales y los de carácter propiamente didáctico, cuenta con una forma similar a los *lecturecasting*. En efecto, al igual que éstos, se trata de la grabación y posterior difusión de conferencias en formato *podcast* y por tanto presenta las mismas limitaciones de estructura y duración para su consumo *everywhere*.

En los últimos años diversas instituciones de Educación Superior han incorporado a sus estructuras unidades de recursos audiovisuales (que con frecuencia han constituido la base de televisiones universitarias) encargadas de la grabación de eventos académicos, como congresos o conferencias, y de su distribución vía *streamming* u *on demand*.

Muchos de estos contenidos, cuya forma y duración estaba pensada para unas condiciones muy particulares de consumo, fueron trasladados al ámbito de *iTunes U* bien como documentos completos de una duración superior a los 20 minutos, bien fragmentados en archivos secuenciados de alrededor de 10 minutos.

Estos archivos audiovisuales sindicados, cuya estructura y duración difiere de los *podcast* educativos propiamente dichos, constituyen una parte importante de los contenidos vehiculados por los canales universitarios en *iTunes U*. Circunstancia que

remite a una concepción del consumo de dichos contenidos más próxima a la de la conferencia tradicional (estática con posibilidad de toma de notas) que a la de los archivos multimedia en dispositivos móviles (de carácter más dinámico y con tendencia al *multitasking*).

5. 3. Acceso a dichos contenidos.

Para el tercer conjunto de variables, relativo al acceso a los *podcast* académicos que presentan los canales universitarios de la muestra, se puede reiterar algunos de los resultados señalados en el primer apartado (sobre la personalización de la distribución de los contenidos). De hecho, existe una estrecha vinculación entre la estructura de bloques de contenido y las posibilidades de acceso que dicha organización ofrece al usuario.

La clasificación en bloques estándar de *iTunes U* ofrece una posibilidad de acceso muy básica: novedades y archivos más descargados. Este acceso dificulta al usuario la búsqueda de aquellos *podcast* no comprendidos en ambos supuestos, particularmente en aquellos canales con mayor volumen de archivos.

En este sentido se puede considerar que, cuanto mayor sea la estructuración de un determinado canal en apartados y subapartados, más fácil será para el usuario el acceso a aquellos contenidos que necesita. Una consideración que ha llevado a analizar la organización de los canales de la muestra en función del número de bloques en los que se estructura, la existencia de subapartados dentro de los mismos, la presencia de menús laterales de acceso rápido y la catalogación de dichos contenidos en función de su tipología (institucional/docente) o de su pertenencia a diferentes áreas de conocimiento.

Tabla 2. Organización de los contenidos del canal. Elaboración propia.

INSTITUCIÓN	BLOQUES	SUB-BLOQUES	MENÚ LATERAL	INSTITUCIONAL /DOCENTE	ÁREAS
-------------	---------	-------------	--------------	------------------------	-------

Universidad de Alicante	4	x	x	x	4
Universidad de Valladolid	2	-	x	-	-
Universidad Politécnica de Madrid	2	-	x	-	-
Universidad Rey Juan Carlos	2	-	x	-	2
Universidade de Vigo	2	-	x	-	11
IE Business School/ IE University	4	x	x	x	6

Atendiendo a dichas variables se puede señalar que la IE Business School/ IE University y la Universidad de Alicante son las instituciones de Educación Superior cuyos canales en *iTunes U* presentan una estructuración más eficiente de contenidos. Ambos canales, los únicos de la muestra que han adaptado la distribución estándar de *iTunes U* a sus necesidades, presentan una organización de contenidos basada en bloques y subbloques.

Por ejemplo, en el caso de la Universidad de Alicante, la división de contenidos se efectúa en cuatro bloques: institucional, educación, además de los preestablecidos “*what’s new*” y “*top downloads*”. Esta organización se complementa con la subdivisión del bloque “educación” en cuatro apartados según las diferentes áreas del conocimiento a las que pertenecen sus contenidos: Ciencias Sociales y Jurídicas, Ciencias de la Salud, Ciencias, e Ingeniería y Arquitectura.

Otros espacios, como el de la Universidade de Vigo o la Universidad Rey Juan Carlos, permiten navegar desde su menú de acceso rápido por los diferentes contenidos del canal, organizados en función de su temática. Una distribución que no se corresponde estrictamente con la división por áreas del conocimiento.

Así mientras la Universidad Rey Juan Carlos organiza sus *podcast* en función de dos apartados (“Business & Engineering”) la Universidad de Vigo incorpora hasta once clasificadores diferentes (“Business, Engineering, Fine Arts, Health & Medicine, History, Humanities, Language, Mathematics, Science, Social Science, Teaching & Education”).

6. Discusión

El empleo que las universidades españolas hacen de sus espacios académicos en *iTunes U* se encuentra más próximo a un uso de carácter institucional que a uno educativo propiamente dicho.

Una gran parte de los contenidos vehiculados por las instituciones de Educación Superior en dicha plataforma se corresponden con *podcast* institucionales o conferencias. Circunstancia que adquiere mayor proyección si se atiende al hecho de que, en un contexto académico de integración real del *podcasting* en las metodologías didácticas, el incremento de contenidos educativos seguiría una progresión geométrica frente al crecimiento aritmético de los *podcast* institucionales (más ocasionales y, habitualmente, no secuenciados).

La propia adecuación del diseño a la identidad corporativa de la institución, así como la incorporación de un mensaje de presentación en algunos de estos canales académicos en *iTunes U* puede relacionarse con una concepción de dichos espacios y contenidos que va más allá de la provisión de un servicio a la comunidad universitaria.

En efecto, la inclusión de un párrafo a modo de presentación en la cabecera de algunos de los bloques en los que se organizan los *podcast* académicos, junto a la mayor preeminencia de contenidos de carácter institucional y de extensión universitaria (frente a aquellos de carácter didáctico), hacen pensar en la utilización de este canal como otra plataforma de difusión de la imagen de dichas instituciones en la red.

El relevante peso que adquieren los *podcast* institucionales en el contexto de las universidades españolas con presencia en *iTunes U* puede suponer una limitación para la evolución del *podcasting* en el diseño de metodologías didácticas. Por un lado, la configuración de dichos canales académicos no ha sido abordada -en líneas generales- desde la perspectiva de un acceso eficaz a los contenidos; por otro, la tendencia de utilizar la sindicación de archivos audiovisuales para la distribución de conferencias y eventos académicos ha minimizado el impacto, entre los estudiantes, de otras iniciativas de *profcast* cuya estructura y duración los convierte en herramientas idóneas para el *m-*

learning. Una idoneidad que ha llevado a McKinney, Dyck y Luber a referirse a los *podcast* como el modelo de la nueva generación (2009)

Pese a todo, durante el análisis y las diversas aproximaciones realizadas sobre la muestra de estudio se ha podido observar un incremento de aquellos *profcast* con una estructura y duración más próxima a la establecida como idónea por autores como Lee y Chang (2007, p. 95), Masie (2007) o Borges, (2009, p. 57). Especialmente en el caso de los *profcast* de refuerzo o píldoras, cuya presencia se está incrementando en estas plataformas académicas, que cuentan con una duración inferior a los diez minutos y una estructura de presentación-cuerpo-conclusión.

Finalmente, la hegemonía de contenidos de carácter audiovisual frente a los tradicionales *podcast* de audio ha favorecido la aparición de nuevas posibilidades de uso del *podcasting* en la educación. Algunas de ellas, como los tutoriales de programas informáticos, han adquirido cierta relevancia en el ámbito de la muestra de estudio y, por tanto, en la clasificación de los *profcast*.

Esta utilización de los *vodcast* para la educación incorpora nuevas potencialidades de uso en el contexto académico, complementando aquellas señaladas por autores como Kaplan-Leiserson (2005) o Borges (2009) para los *podcast* de audio.

7. Bibliografía

- Carvalho, A.A.; Aguiar, C.; Santos, H.; Oliveira, L.; Marques, A. & Maciel, R. (2009). PODCASTS IN HIGHER EDUCATION: STUDENTS' AND LECTURERS' PERSPECTIVES, Education and Technology for a Better World. IFIP. Advances in Information and Communication Technology, VOL. 302, pp. 417-426, [recuperado el 9-6-2011] de <http://www.springerlink.com/content/268840qp0rw1705q/>
- Baird, D. E. & Fisher, M. (2006). NEO MILLENNIAL USER EXPERIENCE DESIGN STRATEGIES: UTILIZING SOCIAL NETWORKING MEDIA TO SUPPORT “ALWAYS ON” LEARNING STYLES, Journal of Educational Technology Systems, VOL. 34, N°1; pp. 5-32.

- Belanger, Y. (2005). DUKE UNIVERSITY “IPOD” FIRST YEAR EXPERIENCE FINAL EVALUATION REPORT, [recuperado el 17-3-2011] de http://cit.duke.edu/pdf/”iPod”_initiative_04_05.pdf
- Borges, F. (2009). Profcast: Aprender y enseñar con podcast. Barcelona: UOC.
- Boulos, M.; Maramba, I. & Wheeler, S. (2006). WIKIS, BLOGS AND PODCASTS: A NEW GENERATION OF WEB-BASED TOOLS FOR VIRTUAL COLLABORATIVE CLINICAL PRACTICE AND EDUCATION, BMC Medical Education, VOL. 6, N° 41; pp.1-8, [recuperado el 9-6-2011] de <http://www.biomedcentral.com/content/pdf/1472-6920-6-41.pdf>
- Campbell, G. (2005). THERE’S SOMETHING IN THE AIR: *PODCASTING* IN EDUCATION, EDUCAUSE Review, VOL. 40, N° 6; pp. 32-47, [recuperado el 9-6-2011] de <http://www.educause.edu/apps/er/erm05/erm0561.asp>
- Chan, A. & Lee, M. (2005). AN MP3 A DAY KEEPS THE WORRIES AWAY - EXPLORING THE USE OF *PODCASTING* TO ADDRESS PRECONCEPTIONS AND ALLEVIATE PRE-CLASS ANXIETY AMONGST UNDERGRADUATE INFORMATION TECHNOLOGY STUDENTS, [recuperado el 11-6-2011] de <http://www.csu.edu.au/division/studserv/sec/papers/chan.pdf>
- Duke University (2006). DUKE DIGITAL INITIATIVE, [recuperado el 7-7-2011] de <http://www.duke.edu/ddi/>
- Edirisingha, P. & Salmon, G. (2007). PEDAGOGICAL MODEL FOR PODCAST IN HIGHEEDUCATION, Beyond Distance Research Alliance Conference, pre-print cop May 2007; pp.1-6, [recuperado el 2-8-2011] de <https://lra.le.ac.uk/handle/2381/405>
- EDUCAUSE (2006). The Horizon Report, 2006. Austin: The New Media.
- Fidler, R. (1997). Mediamorphosis: Understanding New Media. Journalism and Communications for a New Century. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Hammersley, B. (12-2-2004). AUDIBLE REVOLUTION, The Guardian, [recuperado el 10-3-2011] de <http://www.guardian.co.uk/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>
- Hürst, W. & Waizenegger, W. (2006). AN OVERVIEW OF DIFFERENT APPROACHES FOR LECTURE CASTING. Proceedings of IADIS International Conference on Mobile Learning 2006, July 2006. [recuperado el

- 12-1-2011] de http://www.iadis.net/dl/final_uploads/200605F008.pdf
- Islas, O. (2008). EL PROSUMIDOR. EL ACTOR COMUNICATIVO DE LA SOCIEDAD DE LA UBICUIDAD, Palabra Clave, VOL. 11, Nº 1; pp. 29-39.
- Kaplan-Leiserson, E. (2005). PODCASTING IN ACADEMIC AND CORPORATE LEARNING, Learning circuits. [recuperado el 9-6-2011] de http://www.astd.org/LC/2005/0605_kaplan.htm
- Lankshear, C. & Knobel, M. (2006). New literacies: Everyday Practices & Classroom learning. Nueva York: McGraw-Hill Education.
- Lee, M.J.W. & Chan, A. (2007). REDUCING THE EFFECTS OF ISOLATION AND PROMOTING INCLUSIVITY FOR DISTANCE LEARNERS THROUGH PODCASTING, Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE, VOL. 8, nº 1; pp. 85-104, [recuperado el 9-6-2011] de <http://eric.ed.gov/PDFS/ED494811.pdf>
- Masie, E. (2007). PODCASTING FOR LEARNING, Chief Learning Officer, VOL.6, Nº 7; p.16.
- McKinney, J.; Dyck, J.L. & Luber, E.S. (2009). ITUNES UNIVERSITY AND THE CLASSROOM: CAN PODCAST REPLACE PROFESSORS?, Computers & Education, Nº 52; pp.617-623.
- Miller, M., & Piller, M. (2005). PRINCIPAL FACTORS OF AN AUDIO READING DELIVERY MECHANISM - EVALUATING EDUCATIONAL USE OF THE IPOD, Kommers, P. y Richards, G. (Eds.). Proceedings of World Conference on Educational Multimedia, Hypermedia and Telecommunications 2005 Chesapeake: AACE; pp. 260-267, [recuperado el 23-7-2011] de www.editlib.org/d/20091/proceeding_20091.pdf
- Moura, A. & Carvalho, A.A. (2006). PODCAST: POTENCIALIDADES NA EDUCAÇÃO, *Prisma.Com*, Nº 3; pp. 88-120. [recuperado el 09-7-2011] de <http://portal.doc.ua.pt/journals/index.php/prismacom/article/viewFile/623/pdf>
- Moura, A.;& Carvalho, A. A. (2006 b). PODCAST: UMA FERRAMENTA PARA USAR DENTRO E FORA DA SALA DE AULA, José, R. & Baquero, B. (Eds.). Proceedings of the Conference on Mobile and Ubiquitous Systems. Guimarães. Universidade do Minho; pp. 155-158. [recuperado el 23-7-2011] de <http://adelinamouravitaie.com.sapo.pt/ubiquitouspodcast.pdf>
- Sellas Güell, A. (2009). La voz de la Web 2.0. Análisis del contexto, retos y

oportunidades del podcasting en el marco de la comunicación sonora. Tesis doctoral defendida en la Universidad Internacional de Catalunya. [recuperado el 10-9-2010] de <http://www.tdx.cat/TDX-0304109-125311>).

Solano Fernández, I. M. & Sanchez Vera, M.M. (2010). APRENDIENDO EN CUALQUIER LUGAR: EL PODCAST EDUCATIVO, Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, N° 36; pp.125-139.

Tenorio, I. (2008). Podcast. Manual del podcaster. Barcelona: Marcombo.

Woodland, M. & Klass, D. (2005). Podcast solutions: the complete guide to podcasting . Nueva York, Friendsoft.

Para citar este artículo

Piñeiro-Otero, Teresa (28-11-2011). LA UTILIZACIÓN DE LOS PODCAST EN LA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA: ENTRE LA INSTITUCIÓN Y LA ENSEÑANZA.

HOLOGRAMATICA - Facultad de Ciencias Sociales UNLZ

Año VIII, Número 15, V4, pp.27-49

ISSN 1668-5024

URL del Documento : cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1621

URL de la Revista : cienciared.com.ar/ra/revista.php?wid=3