

Planeación y creación de un podcast eduducativo. Anfibio: entre el aula y la web

Planning and Creation of an
Educommunicative Podcast.
Anfibio: entre el aula y la web

<https://doi.org/10.18566/comunicacion49.a05>

Recibido: 29 de noviembre de 2022

Aceptado: 13 de junio de 2023

Resumen

El podcast *Anfibio: entre el aula y la web* surge como un espacio de aprendizaje e interacción virtual, creado por los miembros del área de Mediación de Ude@ Educación Virtual de la Universidad de Antioquia y diseñado para la divulgación e intercambio de ideas, experiencias y conocimientos sobre la cultura digital, la eduducación y otras temáticas enmarcadas en las tendencias de la educación y las TIC. El presente artículo desglosa las distintas etapas de su creación desde el proceso de planeación, enfocado en la creación de contenido sonoro con énfasis en las TIC y su aprovechamiento en la educación, hasta el desarrollo del contenido y su posterior divulgación en las distintas plataformas digitales. A partir de preguntas orientadoras, propuestas audiovisuales y la indagación del ecosistema universitario, se buscó entender las necesidades de la audiencia y la mediación de las TIC en la actualidad, para así crear un contenido y un espacio propicio para el aprendizaje, y lograr, a la vez, delimitar la brecha social en el acceso a la información. Así mismo, se expone la importancia de integrar, al proceso de creación de un podcast educativo, los múltiples formatos y plataformas de comunicación, para que sirvan como herramientas con el fin de potenciar la interacción de audiencias en diversas esferas del ciberespacio.

Abstract

Anfibio: entre el aula y la web (The *Anfibio* podcast: between the classroom and the web) emerges as a virtual learning and interaction space created

Maribel Salazar Estrada

Magíster en Comunicación, Educación y TIC. Profesora investigadora de la Universidad de Antioquia y el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid (Colombia).

<https://orcid.org/0000-0002-4201-3497>

maribel.salazare@udea.edu.co

María Fernanda Monsalve Gómez

Especialista en Gerencia de la Comunicación Organizacional, Guionista de contenidos educativos en Ude@ Educación Virtual, Universidad de Antioquia (Colombia).

<https://orcid.org/0000-0002-5271-1643>

mariafer.monsalveg@gmail.com

Sebastián Ramírez Vásquez

Comunicador audiovisual, Guionista de contenidos educativos en Ude@ Educación Virtual, Universidad de Antioquia (Colombia).

<https://orcid.org/0000-0003-1566-4881>

sebs.ramirezv@gmail.com

by the members of the Mediation area of Ude@ Virtual Education of the University of Antioquia and designed for the dissemination and exchange of ideas, experiences and knowledge on digital culture, educommunication and other topics framed in the trends of education and ICT. This article presents the different stages of its creation from the planning process, focused on the creation of sound content with an emphasis on ICT and its use in education, to the development of the content and its subsequent dissemination on the different digital platforms. Based on guiding questions, audiovisual proposals, and the investigation of the university ecosystem, sought to understand the needs of the audience and the mediation of ICTs actually, in order to create content and a space conducive to learning, and at the same time achieve limit the social gap in access to information. Likewise, the importance of integrating the multiple formats and communication platforms into the process of creating an educational podcast is exposed so that them can use as tools in order to enhance the interaction of audiences in various spheres of cyberspace.

1. Introducción

El reconocimiento de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), es una de las principales herramientas para la creación de nuevas formas de construir y compartir conocimiento, y la aparición del ciberespacio un escenario mediador en el intercambio de saberes y experiencias, dio paso a la creación de *Anfibio: entre el aula y la web*, un pódcast que permite la posibilidad de crear puntos de encuentro para la convergencia de ideas y conocimientos que se complementan, no solo a través de la conversación y de la escucha, sino herramientas para compartir información, sino, además, un proceso al que se suman múltiples plataformas digitales, para crear toda una experiencia que potencie el contenido, con el fin de hacer la información más navegable, digerible y adaptable a las diferentes formas de enseñanza y aprendizaje de los distintos tipos de usuarios y sus modelos de consumo.

Desde *Anfibio: entre el aula y la web* se propone un ejercicio narrativo que encuentre, en la oralidad, el inicio de diferentes tipos de interacción en el ecosistema digital, y permita, así, reconocer a los públicos en función de intereses comunes que integran la comunicación, la educación, las TIC, la cultura digital y la creación de contenidos digitales, encaminados a fortalecer o diversificar los entornos de enseñanza y aprendizaje desarrollados por el programa Ude@ Educación Virtual, de la Universidad de Antioquia.

Palabras clave

Pódcast, Ecosistema mediático, Educomunicación, TIC, Aprendizaje.

Keywords

Podcast, Media Ecosystem, Educommunication, ICT; Learning.

En el presente artículo se expone el proceso de conceptualización, planeación y producción del pódcast *Anfibio: entre el aula y la web*, y plantea la manera en que este, a través de la creación de contenido sonoro enfocado a diversas áreas de la comunicación, la educación y las TIC, se presenta como un escenario que, apoyado en diversas plataformas, promueve diálogos e intercambios de conocimiento sobre el ecosistema mediático.

Se entiende el papel de la educomunicación, lo manifiesta Kaplún (2022) cuando resalta su especificidad y su vínculo con la construcción de significados, las interacciones humanas y las oportunidades de aprendizaje y cambio social, esto es, que la educomunicación pierde su distintividad si no cumple su función principal de generar sentidos y fortalecer las relaciones entre las personas. Lo cual pone de relieve la importancia de reconocer el potencial transformador de esta conjunción de campos, para formar a los individuos y promover cambios significativos.

Así mismo, Kaplún advierte sobre la necesidad de articular la educomunicación con otras dimensiones, pues si no se establece una conexión con elementos de la pedagogía, la tecnología y la cultura, la educomunicación puede perder su sentido y razón de ser. Este es el llamado a la integración de perspectivas y disciplinas diversas que invitan a valorar un enfoque, que combine la construcción de significados con otros aspectos relevantes, con el fin de lograr un impacto duradero y significativo en el ámbito educativo y social.

2. Contenido

Las últimas tres décadas han significado para la humanidad una transformación a gran velocidad, gracias a la constante aparición de las TIC, que de manera rápida han ido reconfigurando la vida cotidiana, el trabajo y, sobre todo, las formas de comunicación y relacionamiento con los diferentes flujos de información y aprendizaje. Sin duda alguna, el ciberespacio se presenta como un escenario en el que:

Constituir el espacio del conocimiento, significa dotarse de los instrumentos institucionales, técnicos y conceptuales para hacer la información navegable, para que cada cual pueda localizarse a sí mismo y reconocer a los demás en función de los intereses, las competencias, los proyectos, los medios y las identidades mutuas en el nuevo espacio. (Lévy, 2004, p. 17)

La gran diversidad de formas que han surgido al asimilar la información y adaptarla a los diferentes modos de aprendizaje, se ha convertido en una herramienta directa para el desarrollo de sociedades, comunidades e individuos.

Bajo dicha premisa fue concebido *Anfibio: entre el aula y la web*, un contenido que encuentra en el pódcast la oportunidad de intercambiar conocimiento, a través de la oralidad y la escucha, herramientas que se adaptan a diversas zonas del ecosistema mediático, con el propósito de ampliar la cantidad de escenarios de diálogo e interacción entre los distintos tipos de audiencias que integran el ciberespacio.

Según Scolari (2021) “el pódcast emerge como una especie mediática híbrida donde se cruzan la radio, el audiolibro y lo escrito” (párr. 5). Una mezcla en la que convergen lenguajes y medios que, según el autor, hacen parte de un ecosistema de diversas formas de lectura y acercamiento al conocimiento, facilitadas gracias al acceso a la información mediante dispositivos móviles. En este sentido, la tecnología y el internet tienen un rol esencial en la transmisión de este tipo de información.

Es importante mencionar que este impulso por incluir la narración sonora como eje central de acercamiento al conocimiento no surge en el pódcast, sino en el sonido en cuanto escenario comunicativo que se enmarca desde la evolución de la tertulia clásica o de los programas radiales tradicionales, a los programas guionizados que ofrecen un abanico de posibilidades y espacios en los que concurren, además, los usuarios, sujetos activos que opinan y participan en las conversaciones a través de otros medios. Un ejemplo de esto es la emisora Radio Sutatenza que conectó al campesinado colombiano con un modelo educativo radial y creó puentes de comunicación y educación con el sonido como eje central de distintos formatos: cartas escritas a docentes, discos y cartillas educativas adaptadas a las realidades de las comunidades rurales y sus necesidades. De acuerdo con el Banco de la República (s.f.), en esta experiencia se logran combinar:

[...]efectivamente el uso de medios de comunicación, tecnologías, publicaciones, y estrategias de trabajo local con la construcción y el fortalecimiento de redes culturales, que además de ser soporte de contenidos pedagógicos y de entretenimiento, propiciaron discusiones políticas y la comprensión de los contextos regionales. (párr. 5)

Hoy, dada la constitución de “un nuevo y poderoso ámbito de socialización” (Martín-Barbero, 2015, p. 26) se presencia el modo en que la tecnología digital expone la novedad de los dispositivos y, según Barbero, las nuevas sensibilidades y escrituras. Esto da paso a la proliferación de novedosos formatos (la radio digital o el pódcast) como medios y herramientas para el entretenimiento, la información y la educación.

Según un artículo publicado en *Technology Review* titulado “The future of social networks might be the audio” y citado por Scolari (2021), uno de los mayores beneficios del audio es la posibilidad que brinda a los usuarios

de obtener, en sus propios términos, una conexión inmediata, porque “el contenido de audio de las redes sociales se puede crear y digerir a su propia conveniencia de una manera en que las alertas de noticias, las notificaciones y el *doomscrolling* no permiten” (párr. 21). Un claro ejemplo de esto la manera en que las plataformas digitales, especialmente las redes sociales, se han convertido en escenarios donde el tema a tratar da pie a reacciones o interacciones que rondan, casi siempre, la opinión, el debate o la reflexión. Lo anterior, permite inferir que dichas plataformas pueden ser usadas como puntos de encuentro en los que el contenido sonoro se adapta a otros formatos, para facilitar el acercamiento de nuevas audiencias e, incluso, voces del ecosistema mediático, a la obra principal para expandir su alcance, impacto y niveles de interacción. Esto hace que el pódcast pueda ser considerado una herramienta para facilitar el intercambio de saberes y que contribuye a la reducción de la brecha social en cuanto al acceso a la información y al conocimiento.

Se aclara que las brechas sociales van más allá de satisfacer las necesidades de información y de conocimiento, pues también implican el acceso a los avances tecnológicos y a las nuevas formas de comunicación. Hoy en día esto no es tan equitativo,¹ pero, de una u otra manera, las personas logran acceder a las TIC con diferentes niveles de alfabetización informacional y digital, gracias al sistema educativo que facilita conectividad, equipos y formación mediante estrategias, proyectos y programas locales, departamentales y nacionales. Aquí es donde *Anfibio: entre el aula y la web* centra el interés por ofrecer contenidos educocomunicativos que posibiliten a su audiencia el aprendizaje y la actualización en temáticas asociadas a la cultura digital y al ecosistema mediático. Este objetivo encuentra un apoyo en García-Ávila (2017) cuando expresa que

[...] la reducción de la brecha digital no sólo es tener la última versión de software o poseer los dispositivos más modernos. De acuerdo con Gurstein (2011) la reducción de la brecha consiste en fomentar la capacidad de la ciudadanía para utilizar de manera crítica la información que se puede utilizar de forma libre. (p. 68)

Asimismo, el aprendizaje mediado por la tecnología se encuentra atravesado por un nuevo concepto: la ‘transalfabetización’. Según Lugo (2016), “este concepto se redefine para una alfabetización escolar que contemple la ecología transmedia y las necesidades formativas para comunicarse y participar en diferentes esferas de la vida pública que tienen los alumnos contemporáneos, permanentemente en conexión” (p. 9). Esto indica que somos testigos y protagonistas de un aprendizaje hipermedial que ofrece diversidad de contenidos complementarios a la experiencia formativa y que se posibilita a partir de un uso individual y colectivo de la web, las

1 De acuerdo con el DANE, en su informe sobre la brecha digital en Colombia presentado en el Congreso Internacional de TIC (ANDICOM), “respecto a la conexión de internet se puede evidenciar que el 56,5% del total nacional cuenta con este servicio. Ese porcentaje corresponde al 66,5% de las cabeceras y a los centros poblados y rural disperso que llegan al 23,8%” (Guerrero, s.f.). Esto indica que, en Colombia, la conectividad a internet se concentra sólo en 14 de los 32 departamentos, y esto, a su vez, demuestra la brecha que existe entre las zonas urbanas y las rurales. “Entre las principales razones que destaca la población rural para no contar con internet es que no hay cobertura en la zona, seguido de que el costo es muy elevado. Por su parte, en las cabeceras los ciudadanos afirmaron que la principal razón de no contar con internet es que el servicio es muy costoso” (Oviedo, 2021).

aplicaciones y las redes sociales que fomentan “interacción, convivencia, participación y afiliación” (p. 11).

El entorno en el que se desarrolla *Anfibio: entre el aula y la web* tiene en cuenta las características sociales y culturales del ecosistema de educación superior, principalmente, en el cual las personas que acceden al espacio digital,

[...] propician un escenario de sociedad virtual en el que se establecen puntos de encuentro, se consolidan vínculos de amistad y se estrechan mecanismos de comunicación. La biosfera digital se constituye en el centro de información, pero, a su vez, en un ágora de aprendizaje donde se encuentra el pasado, lo aprendido y el dato específico que es útil. (Barrios y Fajardo, 2017, p. 103)

En este sentido, la incorporación de las TIC aporta al proceso formativo, no solo una mirada instrumental, sino el fomento de espacios y mecanismos de “reflexión y autocrítica del papel del sujeto frente a ellas” (Barrios y Fajardo, 2017, p. 103). La ruptura con el modelo tradicional da paso a nuevas formas de interacción, en las que la relación educativa entre maestros y estudiantes implica el uso de diversos dispositivos, la transformación del esquema comunicativo, evaluativo y la complementariedad de la enseñanza y del aprendizaje con el uso de medios sociales, blogs, redes, wikis, pódcast, entre otros. Todo esto lleva a una resignificación de cómo los actores educativos entienden y vivencian el proceso formativo, dada la flexibilidad y la adaptabilidad que ofrecen las TIC. Esto trae consigo un cambio en las rutinas y en las formas de habitar los espacios físicos, académicos y sociales que, ahora, se combinan con los virtuales.

La sociedad cohabita entre convergencias y divergencias, por eso, lo mediático facilita una tríada esencial: información, entretenimiento y educación. Actualmente, en esta era digital, se han abierto más espacios de conversación y diálogo, en los que se cuenta con una retroalimentación instantánea que permite prescindir del intermediario. Así, los usuarios se sienten en la libertad de opinar, porque cuentan con las plataformas. Surge de esto, el reto de los creadores de contenidos de conectar con los intereses de la audiencia y comprender sus necesidades y sus deseos de ser parte de dicha creación.

Ahora bien, teniendo en cuenta lo anterior, *Anfibio: entre el aula y la web* configura un contenido sonoro que, ligado a la misión educativa de Ude@ Educación Virtual, busca propiciar la reflexión y el intercambio de ideas, conocimientos y experiencias asociadas a múltiples entornos culturales, sociales y educativos; convirtiéndose, de este modo, en un escenario dialógico en donde los invitados comparten anécdotas, experiencias y consejos sobre aspectos clave de la educomunicación, la creación de contenidos y el impacto de la cultura digital en la sociedad.

3. Metodología

En esta sección se presenta la sistematización de la experiencia educativa *Anfibio, entre el aula y la web*, que se llevó a cabo en tres etapas: preproducción, producción y divulgación. Se busca que este método sea una guía y un ejemplo para otros creadores de contenidos sonoros, especialmente, en el campo educativo. Según Hara (2019): “la sistematización de experiencias es siempre participativa; lo que aporta principalmente es que nos damos cuenta que somos sujetos productores de conocimiento, y que además colectivamente podemos producir un conocimiento” (p. 7). De esta forma, *Anfibio, entre el aula y la web* es una propuesta que nace de un área dedicada a la educación virtual y conformada por un equipo multidisciplinario, enfocado en la construcción de recursos que fomentan la apropiación social del conocimiento en la comunidad universitaria y sociedad en general, al abordar temáticas asociadas a la educomunicación, las TIC, la cultura digital, entre otros.

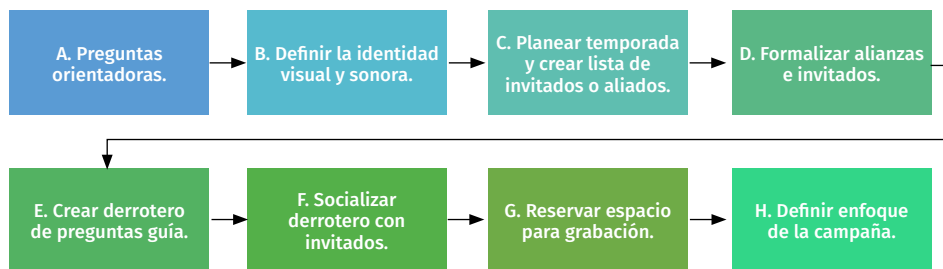
En este sentido, para las comunidades a las que están dirigidos los contenidos de *Anfibio, entre el aula y la web* (universitaria y académica, principalmente), el uso del pódcast “es de total interés, dado que se ajusta a las nuevas tecnologías y al aprovechamiento del tiempo” (Contreras y Eguía (2009), citados por Quintana *et al.* 2017, p. 88). Esto va de la mano con lo expresado por García-Ávila (2017) cuando expresa que el pódcast se convierte en una plataforma para la divulgación de conocimiento que facilita a los usuarios tener diferentes experiencias gracias a la flexibilidad de este medio, lo que no solo aporta al ocio digital sino a transformar el panorama educativo que ofrece diversidad de formas para acceder a la enseñanza y al aprendizaje mediados por las TIC; esto, en concordancia con el interés de Ude@ Educación Virtual y de la misma Universidad de Antioquia en fomentar la apropiación de las temáticas antes citadas, a partir de diversos medios y plataformas, en este caso, la radio digital.

3.1. Etapa de preproducción

La preproducción comprende el conjunto de acciones que ayudaron a determinar cómo construir un espacio para el intercambio de conocimientos y experiencias, que incluya herramientas institucionales, técnicas y conceptuales para hacer la información navegable y reconocible (Lévy, 2014) y facilitar, así, a las audiencias, el acceso a contenidos de interés que aporten al fortalecimiento de habilidades y competencias específicas (Rojas, 2010). Por ello, se formula un proyecto que plantea las diferentes etapas que compondrán el desarrollo del pódcast.

Asimismo, en esta etapa de preproducción se evidencia la participación de los diferentes canales de comunicación de Ude@, en aras de afianzar el rol de la Universidad de Antioquia, institución gestora y promotora de conocimiento que garantiza el acceso a la información. Esto da la oportunidad de enriquecer los contenidos y ampliar su impacto, a partir de la creación de estrategias para la interacción de usuarios, la filiación y la convivencia, como lo expresó Lugo (2016) en su tesis doctoral. Cabe mencionar que, de la mano de estas comunidades que van más allá de la universitaria, se abre la posibilidad de llegar a otros escenarios de la ciudad, gracias al trabajo colaborativo que une los intereses y las audiencias de quienes participan en la producción de cada episodio de *Anfibio, entre el aula y la web*. Por lo anterior, se describen, a continuación, las acciones realizadas para esta etapa del proceso de creación.

Figura 1. Proceso etapa de preproducción



Fuente: Elaboración propia.

A. Preguntas orientadoras y creación de documento base: definir el pódcast, su identidad y cuáles eran los pasos a seguir dentro de su proceso de producción.

Tabla 1. Preguntas orientadoras

¿Sobre qué queremos hablar?	Creación de contenido, educomunicación y TIC.
¿Cuáles son nuestros objetivos al hablar de los temas elegidos?	Promover otras formas de enseñar y aprender gestando conversaciones que orienten a las audiencias en temas relacionados con la cultura digital y la importancia de la creación de contenidos en entornos de enseñanza y aprendizaje.
¿Cuál o cuáles serán nuestros públicos?	Comunidad universitaria: estudiantes, docentes, administrativos, investigadores, aspirantes, egresados y jubilados. Comunidad en general.

¿Cuál será la esencia del pódcast?	Contenido formativo e interesante cuyo eje es la conversación amena, dinámica y casual entre un moderador y un experto invitado.
¿Cuál será su estructura?	Cortinilla de entrada. Introducción del programa y presentación del invitado. Desarrollo de la temática (conversación). Invitación a los usuarios a participar en las encuestas de Ude@ en Twitter o Instagram. Cierre.
¿Cuál será su periodicidad y duración?	Se propone un pódcast pregrabado con una periodicidad mensual. Dado el formato de conversación, los programas tendrán una duración máxima de 30 minutos. Además, se contará con un especial semestral de máximo 40 minutos.
¿Qué roles se necesitan?	Líder de Mediación Ude@ (de contenido). Guionista. Realizador audiovisual. Diseñador gráfico. Animador. Gestora de canales digitales Ude@. Invitados.
¿Cuáles son nuestros referentes?	<i>El Topo y Radio Ambulante</i>
¿Quiénes podrían ser nuestros aliados?	Red E-CREA Espacios de Creación y Exhibición de las Artes de la Alcaldía de Medellín.
¿Cuáles serán las temáticas de cada programa y quiénes serán los invitados?	Nuevos lenguajes de la comunicación, <i>storytelling</i> , creación de contenidos, convergencia digital, educomunicación, humanismo digital, entre otras.
¿Cómo se va a llamar?	Anfibio: entre el aula y la web

Fuente: Elaboración propia.

B. Definir la identidad visual y sonora para proseguir con la programación de una serie de encuentros, en los cuales el equipo creativo se dio a la tarea de idear una propuesta gráfica acorde con la identidad del programa, ajustada a los lineamientos gráficos de Ude@ Educación Virtual.

Dichos encuentros llevaron al equipo de diseño a construir varias identidades visuales para después elegir, de manera concertada, la opción más adecuada en términos de color, tipografía y diagramación.

Figura 2. Identidad gráfica de Anfibio: entre el aula y la web

Fuente: Ude@ Educación Virtual.

Luego, se prosiguió con el desarrollo de una propuesta, por parte del equipo de guionistas, de cabezotes de entrada y cierre del episodio.

Tabla 2. Cabezote de entrada

Audio	Anotaciones
<p>Te damos la bienvenida a <i>Anfibio: entre el aula y la web</i>, el nuevo espacio sonoro de Ude@ Educación Virtual, donde conversaremos y conoceremos las experiencias sobre educación y TIC de invitados que están sumergidos en la pedagogía, la comunicación y el diseño.</p> <p>En nuestra primera temporada abordaremos _____. ¡Nos escuchamos cada mes en <i>Anfibio: entre el aula y la web</i>!</p>	<p>Elegir acompañamiento musical.</p> <p>Incluir efectos de radio (analógicos y digitales) cuando se menciona texto: nos moveremos entre lo virtual y lo presencial.</p>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3. Cabezote de cierre

Audio	Anotaciones
<p>A las personas que nos están escuchando les recordamos que, durante esta primera temporada estaremos conversando sobre _____; los invitamos a seguir pendientes en las plataformas SoundCloud y Spotify.</p> <p>Además, pueden estar atentos a nuestras redes sociales. En Facebook nos encuentran como UdeArroba Educación Virtual, en Twitter @UdeArroba y en Instagram @_somosasi, también pueden visitar nuestro blog <i>Ude@ otras formas de contar</i>. En estos canales podrán conocer todas las novedades sobre este espacio sonoro de Ude@ Educación Virtual de la Vicerrectoría de Docencia de la Universidad de Antioquia que se realiza en apoyo con la Red E-CREA, Espacios de Creación y Exhibición de las Artes de la Alcaldía de Medellín.</p>	<p>Elegir acompañamiento musical.</p> <p>Incluir efectos de radio (analógicos y digitales) cuando se menciona texto: nos moveremos entre lo virtual y lo presencial.</p>

Fuente: Elaboración propia.

- C. Planear temporada y crear lista de invitados o aliados:** definición de un tema macro para la primera y la segunda temporada, y una serie de subtemas, que fueran, cada uno, un capítulo; estos subtemas irán acompañados de la construcción de una base de datos con posibles invitados o entidades que deseen sumarse al proceso, según la temática a tratar.

Tabla 4. Ejemplo de matriz para lista de invitados o aliados

Posible aliado	Posibles temas para desarrollar	Contacto
MOVA	Ambientes de aprendizaje, innovación educativa, formación de maestros, habilidades del Siglo XXI.	mova@medellin.gov.co

Fuente: Elaboración propia.

- D. Formalizar alianzas e invitados:** se procede con la formalización de los posibles aliados e invitados, ya sea en la producción general de la temporada o en la realización de un solo episodio (esto último, especialmente, para el

caso de los invitados). Dicho contacto se lleva a cabo a través de correo electrónico, con una invitación personalizada que va acompañada de una pieza gráfica y sonora creada para tal fin.

En el caso de *Anfibio: entre el aula y la web*, las alianzas fueron buscadas, principalmente, en términos de apoyo en producción y en ejercicios de difusión. Se cerró, así, un acuerdo con la Red E-CREA para grabar los episodios en sus laboratorios de producción sonora y recibir apoyo en la distribución de los pódcast por sus medios institucionales.

- E. Crear derrotero de preguntas guía:** esta fase se desarrolla de forma paralela con la formalización de alianzas. En ella, los guionistas plantean el derrotero de preguntas que guiarán la conversación y las introducciones por parte de la moderadora.
- F. Socializar derrotero con invitados:** se programa un encuentro virtual para resolver inquietudes, aclarar aspectos técnicos y compartir el derrotero de preguntas, con el propósito de conocer los puntos de vista de los invitados y su facilidad para dar respuesta a las mismas. Además, en este encuentro se definen las fechas tentativas para la grabación del episodio.
- G. Reservar espacio para grabación:** con base en la disponibilidad de agenda de los invitados y las fechas tentativas, se reserva el estudio de grabación o se separa el espacio donde se vaya a producir el pódcast.
- H. Definir enfoque de la campaña:** previo a la etapa de producción, se definió una estrategia educucomunicativa para trazar la ruta de medios del pódcast y garantizar la participación de esta en diversos formatos y plataformas digitales, con el propósito de cumplir el objetivo de extender su alcance a otros escenarios de conversación. Dicho plan fue dividido en las etapas de conceptualización, expectativa, lanzamiento y sostenimiento.

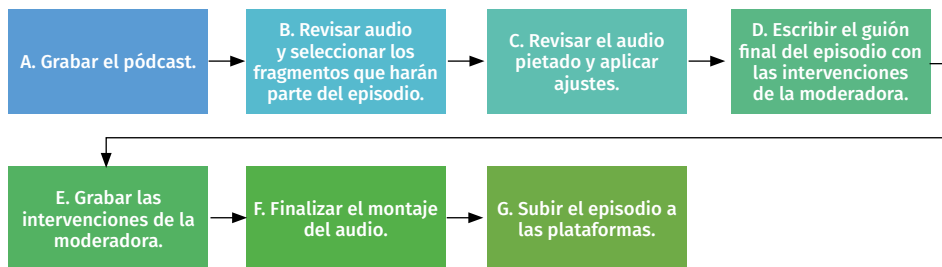
3.2. Etapa de producción

En la etapa de producción, según lo expresa Scolari (2021), es donde más se evidencia la mezcla de lenguajes y medios que aportan a la construcción del contenido sonoro. Una labor que deja entrever, además, lo esencial del trabajo colaborativo en escenarios creativos, pues invita a los diferentes profesionales que hacen parte de *Anfibio: entre el aula y la web* a poner, al servicio de este pódcast, sus conocimientos conceptuales y técnicos para la producción de cada uno de los episodios y de las campañas educucomunicativas respectivas; específicamente, con la creación de guiones (textos), material gráfico y audiovisual.

El formato conversacional propicia ese tiempo de relajación y entretenimiento del que habla Rojas (2010) con el ocio digital. En consecuencia, esta etapa de *Anfibio: entre el aula y la web* se convierte en ese punto de encuentro de lenguajes, medios y ocio, en donde los interrogantes resueltos en la etapa de preproducción facilitan la comprensión de su enfoque educomunicativo, para tratar temas asociados a las TIC, la cultura digital, entre otros.

A continuación, se procede a explicar cómo se desarrolla la etapa de producción de acuerdo con el proceso establecido por Ude@ Educación Virtual.

Figura 3. Proceso etapa de producción



Fuente: Elaboración propia.

A. Grabar el pódcast: se presenta en la Figura 3, la producción inicia con la grabación del pódcast en los laboratorios de producción sonora de la Red E-CREA, como parte de la alianza institucional pactada. Allí, el realizador audiovisual, la gestora de canales digitales y los invitados graban el episodio de *Anfibio: entre el aula y la web*.

B. Revisar audio y seleccionar los fragmentos que harán parte del episodio: el paso a seguir es la entrega del material “crudo” a los guionistas, para la escucha y selección de los audios que quedarán en la versión final del episodio. Con el diligenciamiento, por parte de los guionistas, de un formato de pietaje que incluye tiempos iniciales y finales, y algunos apartados de los testimonios, el realizador audiovisual monta un primer borrador del programa, sin efectos, música o intervenciones del moderador. El objetivo de este paso es verificar que los fragmentos seleccionados sean coherentes y promuevan de forma efectiva la conversación.

C. Revisar el audio pietado y aplicar ajustes: el equipo *Anfibio: entre el aula y la web* revisa y aprueba el audio.

- D. Escribir el guion final del episodio con las intervenciones de la moderadora:** los guionistas, a partir del audio pietado aprobado, construyen el guion con cada una de las nuevas intervenciones de la moderadora. Dichos textos acompañan, tanto las respuestas de los invitados, como la inclusión de conceptos o claridades para los usuarios.
- E. Grabar las intervenciones de la moderadora:** con el nuevo guion aprobado, la moderadora graba las intervenciones y remite, al realizador audiovisual, los audios para el montaje final del episodio.
- F. Finalizar el montaje del audio:** con la entrega de los ajustes del audio pietado, el nuevo guion y los audios de la moderadora, el realizador audiovisual realiza el montaje final del episodio, es decir, musicalización, intervenciones guionizadas de la moderadora, mensajes institucionales y de presentación del pódcast.
- G. Subir el episodio a las plataformas:** la etapa de producción termina con la publicación de la versión final del audio en las plataformas Spotify y SoundCloud, y con el envío de un correo electrónico reportando al equipo los enlaces específicos.

3.3. Etapa de divulgación

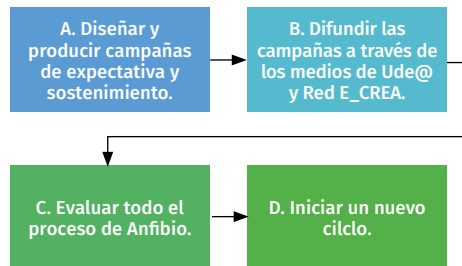
La divulgación se enfoca en la promoción y difusión, no solo del episodio, sino del espacio sonoro, a través de los medios institucionales de la Universidad de Antioquia, específicamente, los de Ude@ Educación Virtual y de la Red E-CREA de la Alcaldía de Medellín.

Los beneficios del audio y las posibilidades que este brinda se comprenden en las formas en que los usuarios acceden a los contenidos sonoros (Scolari, 2021), *Anfibio: entre el aula y la web* busca la divulgación de los contenidos y, a la vez, convertirse en un medio que aporte a la comprensión del ecosistema mediático y su injerencia en la educomunicación. En otras palabras, *Anfibio: entre el aula y la web* pretende aprovechar las TIC para promover una hipermedialidad en el consumo de contenidos (pódcast y redes sociales de Ude@) y, además, propiciar diálogos a partir de nuevas sensibilidades y escrituras: otras formas de leer, escribir, ver y escuchar. Según lo explica Martín-Barbero (2015, p. 27). Estas formas ofrecen oportunidades para la interculturalidad y el descubrimiento de otros lenguajes, formatos y ritmos de diferentes culturas que amplían las prácticas comunicativas para abordar la complejidad de la sociedad contemporánea y promover diálogos más inclusivos y diversos.

A partir de la comprensión del ecosistema mediático en el cual se mueve *Anfibio: entre el aula y la web* y las tendencias propias de los diversos

medios y canales de comunicación, usados por las audiencias para consumir contenidos, se procede a explicar cómo se desarrolla la etapa de divulgación, de acuerdo con el proceso establecido por Ude@ Educación Virtual:

Figura 4. Proceso etapa de divulgación



Fuente: Elaboración propia.

A. Diseñar y producir campañas de expectativa y sostenimiento: en la Figura 4, se presenta la divulgación inicia con el diseño y la producción de las campañas educomunicativas. Los guionistas crean la campaña de lanzamiento del nuevo episodio y la de sostenimiento del anterior, mediante la construcción de *copies* para redes sociales, textos y piezas para las plataformas con las que cuenta Ude@ Educación Virtual. Este documento es revisado y aprobado en la reunión de seguimiento y, después de aplicar ajustes, se remite a corrección de estilo y, posteriormente, a producción. Esta acción ocurre en paralelo con la publicación de los episodios en las plataformas respectivas. El desarrollo de las campañas incluye la siguiente estructura:

- Nombre del pódcast
- Título del episodio
- Plan de medios
- Guiones de cada una de las piezas propuestas

Tabla 5. Ejemplo de plan de medios para campañas de expectativa y lanzamiento

Plan de medios			
Mensaje	Contenidos	Canales	Periodicidad
Expectativa			
¡Comienza el 2022 escuchando nuestro tercer episodio!	Historias <i>E-card</i>	Instagram y Facebook	17 de enero
Lanzamiento			
Un trabajo colaborativo entre el diseño, la ilustración y lo audiovisual para la creación de contenidos.	Pieza Spotify	Spotify	19 de enero
	Pieza SoundCloud	SoundCloud	19 de enero
	Animación con audio	Facebook	19 de enero
	(1) <i>E-card</i>	Facebook e Instagram	21 de enero
		Banner	19 de enero
		Rotador	19 de enero
	Historias	Instagram	21 de enero
	(1) <i>E-card</i>	Facebook e Instagram	24 de enero
Párrafo corto + <i>e-card</i>	Boletín Ude@	19 de enero	
Sostenimiento			
Invitación	Fragmentos de audio programa (4)	Facebook e Instagram (historias, <i>reels</i> y <i>posts</i>).	Un audio semanal: 26 de enero 2 de febrero 9 de febrero 16 de febrero


Fuente: Ude@ Educación Virtual.

Tabla 6. Ejemplo guiones de piezas campaña expectativa

Pieza	Imagen	Copy
Historias Instagram Fondo con estilo gráfico de Anfibio 1080 x 1920	SLIDE 1: ¡Comienza el 2022 en compañía de <i>Anfibio: entre el aula y la web!</i> SLIDE 2: Y descubre el poder de las ideas con nuestro tercer episodio. SLIDE 3: Espéralo este 19 de enero. Imagen: fondo azul para los dos primeros <i>slides</i> y el tercero incluye la portada del tercer episodio (deben aparecer los íconos de Spotify y SoundCloud). Con logos.	N/A
E-card	¡Comienza el 2022 con un espacio para narrar el poder de las ideas! Súmate al tercer episodio de <i>Anfibio: entre el aula y la web.</i> Solo tipografía.	El 2022 ha llegado y con él nuevas historias que nos mostrarán el poder del diseño, la ilustración, y los contenidos audiovisuales.

Fuente: Ude@ Educación Virtual.

Tabla 7. Ejemplo guiones de piezas campaña lanzamiento

Pieza	Imagen	Copy
Banner (sin logos) 1440 x 815 (sin logos) Rotador 940 x 360 px. (con logos)	¡Escucha el tercer episodio de <i>Anfibio: entre el aula y la web!</i> Disponible en (íconos de Spotify y SoundCloud). Imagen de referencia: 	N/A

Pieza	Imagen	Copy
<p><i>E-card 2</i> 1000 x 1000 (con logos)</p> <p>1080 x 1920 (con logos)</p>	<p>¿Conoces el trabajo detrás de un contenido educativo?</p> <p>¡Descúbrelo en nuestro tercer episodio!</p> <p>(Incluir logo <i>Anfibio: entre el aula y la web</i>).</p> <p>Disponible en (logos Spotify y SoundCloud).</p> <p>Para diseño: un tablero en corcho en el que se ven una <i>tablet</i> con un storyboard adentro, una <i>capboard</i> e iconos que hagan referencia al video, la animación, y piezas gráficas como afiches o volantes. Incluir pata de logos aprobada.</p>	<p>El trabajo colaborativo entre diversos roles ayuda a la creación de contenidos interesantes, divertidos y con un gran valor comunicativo.</p> <p>Si quieres conocer la experiencia del equipo creativo de Ude@ Educación Virtual, no te pierdas el tercer episodio de <i>Anfibio: entre el aula y la web</i>.</p>

Fuente: Ude@ Educación Virtual.

Las anteriores tablas fueron creadas a partir de formatos ya establecidos en Ude@ Educación Virtual, para facilitar la labor de cada uno de los roles que participan en el diseño y en la producción de las piezas gráficas y audiovisuales.

La Tabla 5, Plan de medios, describe el tipo de mensaje, los contenidos a elaborar, los canales de difusión y la periodicidad. Los guiones incluyen, en mayor nivel de detalle, tipo de pieza (texto, gráfica, audiovisual), descripción de la imagen que se requiere diseñar y el *copy* que acompañará a dicha pieza. En la Tabla 6 y 7 se detallan los guiones de los contenidos de la estrategia de expectativa y lanzamiento.

B. Difundir las campañas a través de los medios de Ude@ y Red E-CREA:

el despliegue de las diferentes acciones educomunicativas se da en tres momentos: expectativa, lanzamiento y sostenimiento con el desarrollo de múltiples formatos *e-cards*, historias de Instagram y Facebook, *gifs*, cápsulas sonoras, boletines, *teasers*, invitaciones y un kit visual para páginas web y redes sociales.

En la *expectativa*, las piezas se enfocan en mensajes que invitan a los usuarios a estar atentos al nuevo episodio de *Anfibio: entre el aula y la web*, haciendo preguntas de interés para sondear los intereses de las audiencias sobre las temáticas propuestas. En la *lanzamiento*, los materiales presentan la información del episodio a emitirse y brinda datos adicionales y acceso a los enlaces de Spotify y SoundCloud. Finalmente, en la *sostenimiento* se ofrecen contenidos gráficos y sonoros que incluyen fragmentos de testimonios de los invitados del episodio anterior, preguntas y encuestas en

redes sociales, para medir el alcance e impacto de la propuesta sonora de Ude@ entre sus audiencias digitales y gancho para escuchar los capítulos emitidos.

Es relevante mencionar que, después de una evaluación interna sobre el comportamiento de las audiencias frente al pódcast y las temáticas propuestas, se aplicaron ajustes en la cantidad de piezas de las campañas de expectativa y sostenimiento y en la construcción del derrotero de preguntas para la grabación.

Tabla 8. Ejemplos de piezas gráficas de expectativa, lanzamiento y sostenimiento

Expectativa		
		
Lanzamiento		
		
Sostenimiento		
		

Fuente: Ude@ Educación Virtual.

Una vez se tienen listas las piezas de promoción y los enlaces de Spotify y SoundCloud, la gestora de Canales Digitales inicia con la publicación de este material de lanzamiento de cada episodio nuevo; asimismo, publica

los recursos gráficos y audiovisuales de sostenimiento del capítulo anterior y dinamiza las redes sociales de Ude@, a partir de encuestas y de otras acciones de interacción con los usuarios, para conocer sobre sus intereses y los temas que quisieran escuchar en el siguiente episodio del pódcast.

La etapa de divulgación también fomenta el apoyo mutuo entre Ude@ Educación Virtual y su aliada Red E-CREA, con la inclusión de la imagen institucional de la red y de la Alcaldía en distintas piezas gráficas; esto, de acuerdo con los manuales de marca de ambas entidades y de una negociación previa sobre el orden y la forma en que dichas imágenes deben aparecer en los materiales de difusión.

Tabla 9. Piezas gráficas de la alianza con la Red CATUL (ahora Red E - CREA)



Fuente: Ude@ Educación Virtual.

C. Evaluar todo el proceso de Anfibio: el equipo de trabajo evalúa cada etapa y el resultado final, para reconocer los aspectos sobresalientes y conversar sobre los aprendizajes obtenidos en el proceso, que se convertirán en lecciones aprendidas y acciones de mejora para los nuevos episodios del pódcast. Cabe mencionar que la experiencia de producción de los ocho capítulos trajo consigo retos de adaptación a los tiempos de producción y construcción de la planeación de cada episodio.

D. Iniciar un nuevo ciclo: se da comienzo a cada una de las etapas del proceso, incorporando las lecciones aprendidas y las acciones de mejora identificadas en el episodio anterior.

Gracias al desarrollo de las tres etapas de producción descritas previamente, *Anfibio: entre el aula y la web* cuenta, hasta la fecha (11 de noviembre de 2022), con ocho episodios producidos y publicados en los canales de Ude@ Educación Virtual en Spotify y SoundCloud. De los ocho episodios, seis hacen

parte de la *Temporada 1: Creación de contenidos y narrativas emergentes*, y dos de la *Temporada 2: Educomunicación*. La lista de episodios es la siguiente:

- Episodio 1. Narrativas transmedia y *crossmedia*.
- Episodio 2. Storytelling y creación de contenidos.
- Episodio 3. Ideas y creaciones: de lo gráfico a lo audiovisual.
- Episodio 4. Mundos paralelos: realidad aumentada y experiencias inmersivas.
- Episodio 5. Gamificación: aprender jugando.
- Episodio 6. Especial: ¿cómo habitar el ecosistema mediático?
- Episodio 7. Dos mundos, un objetivo: educomunicación.
- Episodio 8. Comunicar para el cambio.

Estos lanzamientos han llevado al equipo de trabajo a una serie de hallazgos y conclusiones que se describirán a continuación.

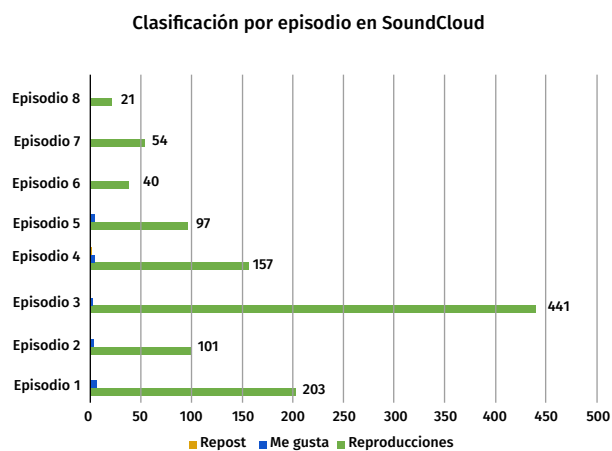
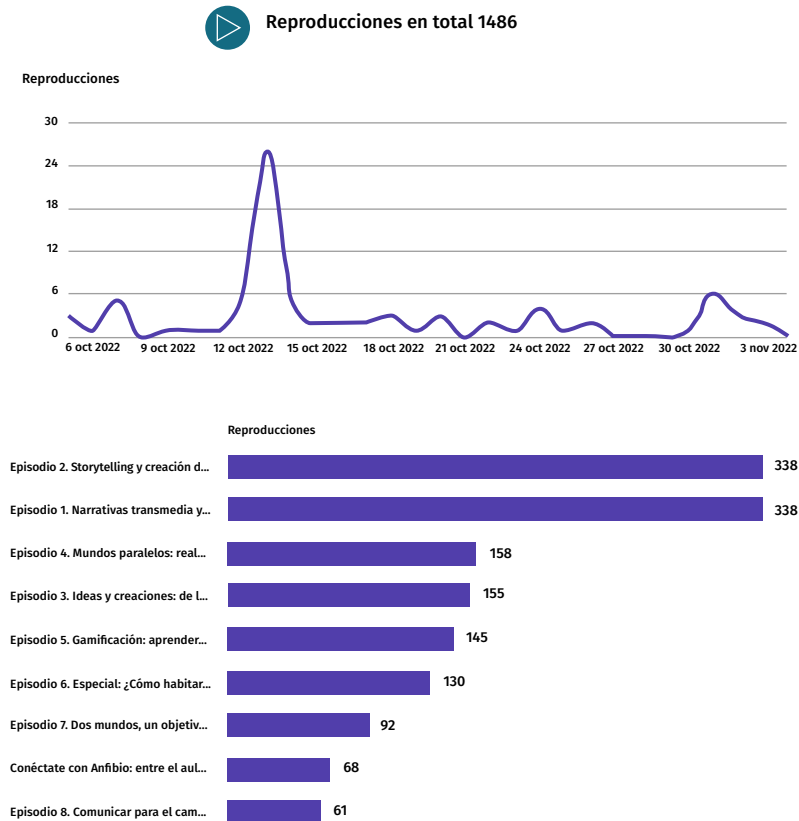
3. Conclusiones

El ejercicio de creación de *Anfibio: entre el aula y la web* trajo consigo varios aprendizajes y conclusiones relevantes. En primer lugar, se evidenció la importancia de entender que el ecosistema mediático actual tiene todas las condiciones para adaptar o vincular un contenido a múltiples formatos y plataformas, que se ajustan a las necesidades y a las formas de consumo de las audiencias. Esto permitió, al equipo de creación, articular espacios de participación en los cuales la opinión de los usuarios tuviera incidencia, y pudiera ayudar a propiciar diálogos entre los creadores del contenido y quienes disfrutaban del mismo, para la producción de futuros episodios. Un ejemplo claro de esto es la implementación de encuestas en las plataformas, de Twitter e Instagram, que expanden la conversación a otros contextos, de tal manera que se puedan filtrar las preferencias y los puntos de vista.

Por otra parte, disponer de múltiples plataformas, no solo para la interacción, sino también para la divulgación, fomenta la escucha de los contenidos en diversas comunidades digitales y amplifica su alcance. Para la muestra, se puede observar el número de oyentes en las plataformas Spotify y SoundCloud, en donde se encuentran alojados los ocho episodios de *Anfibio: entre el aula y la web*.

Figura 5. Cifras de reproducciones de episodios en Spotify

Spotify



Fuente: Anchor y SoundCloud Ude@ Educación Virtual.

Cabe, además, resaltar la importancia del proceso de creación de los ocho episodios del pódcast y los grandes aprendizajes que, desde el punto de vista técnico, obtuvo el equipo de Ude@ Educación Virtual, especialmente en las fases de la planeación, guionización, grabación y divulgación de contenidos. Esto, de la mano con lo descrito por García-Ávila (2017) cuando menciona los avances tecnológicos y las formas de transmisión de los contenidos (p.68), pues más allá de las herramientas, se requiere el fomento de una capacidad para usar de manera crítica y libre la información y, así, adaptarla al formato o plataforma que mejor permita su divulgación. De allí, que la planeación fuera un espacio esencial para la revisión y la evaluación de los episodio, en donde el equipo contó con un intercambio de opiniones e ideas que nutrieron las discusiones y aportaron acciones de mejora en cada nueva entrega.

Asimismo, las reuniones que se realizaron con los invitados, para explicarles los temas técnicos de la grabación y las preguntas propuestas, fueron de vital importancia en función de conocer sus puntos de vista sobre la intencionalidad de la conversación y de aportar diversas miradas al diálogo que enriquecieran la experiencia.

En cuanto al ejercicio educomunicativo, se puede afirmar que *Anfibio: entre el aula y la web* ha representado, para Ude@ Educación Virtual, una oportunidad de explorar nuevas formas de crear y compartir conocimientos de interés con su audiencia (comunidad universitaria y sociedad en general). De esto se comprende la importancia de medios de comunicación que, desde la representación gráfica y audiovisual, ayuden a complementar y permiten habitar otros espacios, con la finalidad de mejoran la experiencia del usuario, especialmente, en lo referente a la creación de las campañas de promoción y divulgación de los episodios, pues estas son ejercicios participativos que conectan al público con el equipo de producción.

Finalmente, se destaca el proceso de creación de *Anfibio: entre el aula y la web* por ser una experiencia que promueve la producción de contenidos educomunicativos para su divulgación en escenarios que trascienden las aulas de clase o los entornos de aprendizaje convencionales, y que brinda, de esa forma, la oportunidad a otras entidades o procesos de creación y aprendizaje de replicar esta experiencia y llevar contenidos de interés a otros escenarios en los que el pódcast pueda ser la herramienta indicada para propiciar diálogos e intercambios de conocimiento sobre cualquier tema que requiera ser analizado.

Referencias

- Banco de la República (s.f.). *Radio Sutatenza*. Banrepcultural.
<https://www.banrepcultural.org/florencia/actividad/radio-sutatenza>
- Barrios, A. y Fajardo, G. C. (2017). El ecosistema educativo impactado por las TIC (The educational ecosystem impacted by ICT). *Revista Anagramas*, 15(30), pp. 101 – 120.
<https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a5>
- García-Ávila, S. (2017). Alfabetización Digital. *Razón y Palabra*, 21(3_98), pp. 66–81.
<https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/1043/1030>
- Kaplún, G. (2022). Educomunicación y ecología de saberes: Territorios y dimensiones de una práctica social. En I. Aguaded, A. Vizcaíno-Verdú, A. Hernando-Gómez y M. Bonilla-del-Río (Eds.). *Redes sociales y ciudadanía: ciberculturas para el aprendizaje* (pp. 319-324). Grupo Comunicar.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. (F. Martínez, Trad.). Organización Panamericana de la Salud. <https://n9.cl/8rht5>
- Lugo, N. (2016). *Diseño de narrativas transmedia para la transalfabetización* [Tesis doctoral, Universitat Pompeu Fabra].
<http://josemiguelgutipeque.blogs.uva.es/files/2018/04/TesisDoctoralNoemiLugo.pdf>
- Martín-Barbero, J. (2015). ¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy? *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (128), pp. 13-29. <https://n9.cl/e9fjl>
- Oviedo, J. (2021). *El DANE reveló en ANDICOM 2021 las cifras que muestran la brecha digital en Colombia*. ANDICOM. Congreso Internacional de TIC. <https://n9.cl/p34wcb>
- Quintana, B., Parra, C. y Riaño, J. (2017). El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios. *Revista Anagramas*. 15(30), pp. 81-100.
<https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a4>
- Rojas, L. (2010). El ocio digital como factor de alfabetización digital [conferencia]. *Congreso Alfabetización mediática y culturas digitales*. Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
<https://n9.cl/brsqh>