

**Radio + Formación:
Periodismo para el lifelong learning (“learning journalism”)**

Lluís Pastor

Director de los Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación

Universitat Oberta de Catalunya

Av. Tibidabo 39-43, 08035 Barcelona

lpastor@uoc.edu

Resumen

Uno de los retos que plantea el aprendizaje a lo largo de la vida (“lifelong learning”) es la adaptación de los contenidos que sirven de base a la formación.

El paradigma del manual o de los apuntes se ha extendido a las ofertas formativas que pretenden cubrir las necesidades del “lifelong learning”. Y, aunque existen experiencias de adaptación de los libros de estilo de los manuales que ofrecen los centros de enseñanza, se ha avanzado poco en los métodos mediante los que aprenden los adultos. Porque cuando se habla de aprendizaje a lo largo de la vida está claro que el público al que se quiere formar es un público adulto. Los adultos no suelen aprender de una manera excesivamente formal. Raras son las ocasiones en las que los adultos tienen que enfrentarse a exámenes y a la absorción de conocimientos mediante la relectura y la memorización. ¿Acaso los adultos no aprenden? Por supuesto que sí, pero las vías de desarrollo del “lifelong learning” abren oportunidades para otro tipo de contenidos que sirvan de base al aprendizaje.

En este punto, se considera que el método periodístico de trabajo sobre la información tiene un papel fundamental. La mayoría de las informaciones que los adultos recuperan de su entorno se vehiculan a través de los medios de comunicación. Los medios de comunicación han desarrollado un método del tratamiento de la actualidad de alta atracción para el público al que van dirigidos. La orientación de “radio contenidos para la formación” toma en consideración estas dos premisas: que los adultos aprenden a través de la acción de los medios de comunicación (radio, televisión, diarios, revistas, portales, etc.) y que los medios son un agente clave para la asimilación de contenidos, puesto que han desarrollado un método de alta atraktividad. La aplicación de este método desarrollado por el periodismo a la formación a lo largo de la vida sitúa a la radio como un elemento fundamental, dado que permite mantener el requisito de flexibilidad (espacial, temporal, de dispositivo). Este artículo analiza el desarrollo de contenidos para la formación a partir de la creación de programas de radio que responden a los objetivos formativos del contenido y a los que se accede a través del “podcasting”. Estos nuevos contenidos son tan interesantes y entretenidos como los magazines de radio y, en cambio, permiten aprender cuestiones concretas. Y, además, son accesibles a través de los ipod, de los equipos de audio instalados en los coches o desde cualquier uso propio de la radio.

Para llevar a cabo este tipo de contenidos han trabajado equipos multidisciplinares de profesores de la materia, profesionales de la radio y expertos en contenidos para el aprendizaje. La Universitat Oberta de Catalunya, una de las mayores universidades virtuales de Europa, ha sido la primera institución que ha utilizado este nuevo tipo de contenidos para que sus estudiantes puedan mejorar su rendimiento y para que los contenidos que se hacen para la docencia de adultos en este siglo XXI superen el paradigma de los contenidos escolares.

Palabras clave

Learning journalism, enjoyment of learning, lifelong learning, medios de comunicación, podcasting, radio.

1. El medio media

El medio media. Esta aparente tautología que expuso el periodista y profesor de Periodismo Lorenzo Gomis en los años 80 sintetiza a la perfección la función de los medios de comunicación. Frente a la multiplicidad de fuentes interesadas en proporcionar información y frente a los millones de personas interesadas en conocer lo que pasa en el mundo y lo que dicen las fuentes interesadas que pasa, los medios de comunicación se sitúan en una situación intermedia. Recogen la información –o la buscan- y la proporcionan a los ciudadanos, que en esta función de receptores de información se llaman públicos o audiencias.

Los medios de comunicación llevan siglos haciendo su trabajo –recordemos las primeras gacetas en las que se recogían cartas o comentarios de la realidad social (Varin, 1965)- y lo hacen bien. Prueba de ello es que seguimos las evoluciones de nuestro mundo a través de los ojos de los medios. Los medios de comunicación se han especializado en contarnos lo que pasa. De hecho los medios de comunicación nos persuaden que lo que ellos cuentan es realmente lo que pasa. Y muchas veces consiguen persuadirnos de que eso es así.

Los medios de comunicación explican la actualidad. Y realmente explicar todo lo que pasa en nuestra realidad resulta una tarea titánica. Los medios de comunicación se inventaron y han ido perfeccionando con el tiempo un sistema sencillo para explicar la realidad compleja en la que vivimos. El sistema se basa en dos conceptos que hay que conocer para poder interpretar el método de explicación del mundo que siguen los medios de comunicación. Los medios utilizan el recurso de la modularidad y de la secuencialidad para explicar el mundo.

Para contar lo que pasa en la calle, los medios de comunicación buscaron unidades mínimas de información. Esas unidades mínimas de información podían ir creciendo

a medida que se sabía nueva información sobre un hecho. ¿por qué tenían que ser unidades mínimas de información? Para que pudieran interesar a cualquiera de nosotros. Si las unidades hubieran sido demasiado extensas el número de lectores o de oyentes que pudieran interesarse iba a caer en picado. El hecho que las unidades informativas fueran unidades mínimas también permitía la modularización de los productos informativos. Así una página de diario está compuesta con 3, 4 o más unidades mínimas llamadas noticias. O el informativo de televisión presenta en 25 minutos más de 15 narraciones de la realidad de temas diversos. Los medios compilan unidades mínimas que explican la realidad. Aplican, pues, el principio de modularidad.

Por otro lado, las explicaciones que los medios dan de la realidad son secuenciales. La complejidad de los hechos que suceden en nuestro mundo, la multiplicidad de las opiniones que generan las informaciones que se multiplican a cada minuto los medios de explican secuencialmente. Cada día aparece un diario distinto, que completa la edición del anterior. Cada hora, un boletín informativo avanza nuevos hechos y opiniones que les pueden interesar al público de una radio. Cada minuto se incorporan nuevas informaciones en los medios digitales. Esta secuencialidad en la explicación del mundo –que también es secuencial- ha provocado que la rapidez sea un valor cuando se trata de informar sobre la actualidad. El más rápido es el mejor. ¿Por qué? Porque gestiona mejor su secuencialidad a la hora de informar.

Los medios tratan la actualidad como algo modular y secuencial. Y sobre esta realidad reconstruida en unidades mínimas cuya explicación se secuencializa los medios desarrollan su método de trabajo sobre la información. Un método que convierte cualquier información, por compleja que sea, en una narración fácil de entender, explicada con claridad y, a poder ser, entretenida. Es más, otros géneros periodísticos se fueron sumando al género noticia (modular, secuencial) para completar la oferta del periodismo cuando la noticia no era fácil de entender y resultaba poco entretenida. Y los medios incorporaron los artículos de opinión, los editoriales, las tertulias, las entrevistas, las crónicas, el humor gráfico, las caricaturas audiovisuales, etc.

Todo un amplio sistema de trabajo sobre la actualidad se ha probado durante muchos años para trasladar de la mejor manera posible esa actualidad a los ciudadanos que deseaban conocerla. Se trata de un método sofisticado y probado que nos permite hablar con otros conciudadanos de lo que en el mundo acontece.

Y, es cierto también, las instituciones formativas y los profesores han aprovechado muchas veces los productos generados por los medios de comunicación como materiales para la docencia.

2. Los medios de comunicación usados en el aula

El uso de los medios de comunicación en las aulas suele ser de dos tipos. Por un lado, resulta frecuente que los profesores hagan llegar al aula productos realizados por

los medios de comunicación. Unas veces es un artículo de un profesor universitario publicado en el diario de referencia, otras veces, la noticia que puede cambiar el curso de nuestra civilización. Otras, informaciones sectoriales publicadas en una revista. Algunos incluso hacen oír a sus estudiantes una entrevista radiofónica o un fragmento de un programa de televisión.

El uso extensivo de los medios de comunicación en clase ha multiplicado las experiencias y las guías de cómo usar los contenidos periodísticos en clase, es decir, con una metodología docente. Y es que una pieza hecha por un periodista permite, en manos de un profesor, explicar con un nuevo brío el mundo a los estudiantes.

Queda claro en este primer uso de los medios en las aulas que se trata de usar contenidos periodísticos siguiendo una metodología docente. El contenido publicado por un diario o emitido por una radio se convierte en un recurso que el profesor utilizará dentro de su discurso docente. Podría decirse que se trata de contenidos periodísticos (sobre la actualidad) utilizados con una metodología docente.

Hay otro uso de los medios de comunicación que quisiera también mencionar. Es un uso del canal periodístico y en ningún caso de la metodología periodística. Me explico. En situaciones de aislamiento de los estudiantes por problemas de insularidad, por ejemplo (Miller, 2004), se ha usado tradicionalmente la radio como canal a través del cual fluyen las palabras del profesor y llegan a los estudiantes que no pueden acudir a la clase. En nuestro ámbito geográfico, esta ha sido una de las soluciones que encontró la UNED para que los profesores pudieran hacer llegar sus clases a los alumnos. Esta vía no aporta nada nuevo a lo que son en realidad las clases. Sólo cambia el canal. Donde antes había una clase con un profesor, sus apuntes y sus estudiantes ahora hay un profesor con sus apuntes, un micrófono y las ondas hacen llegar su voz y sus ejemplos a los estudiantes que están en distintos puntos del territorio.

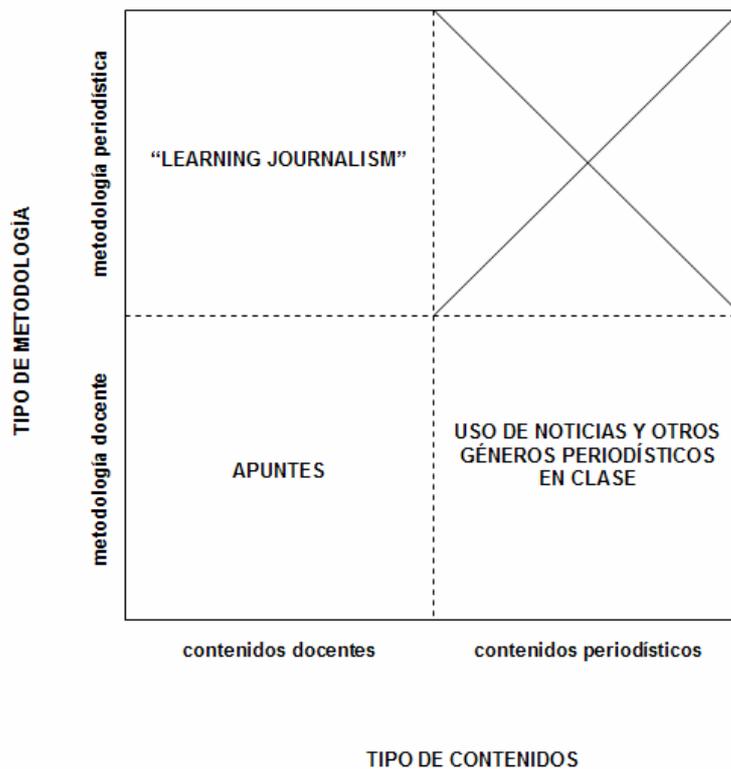
3. La matriz del “learning journalism”

Si se confrontan las dos circunstancias anteriores con la propuesta de “learning journalism” que avanzo en esta comunicación, se puede construir una matriz que clarificará la cuestión. La matriz mezcla dos conceptos: qué tipo de metodología se utiliza para construir los contenidos que se pondrán a disposición de los estudiantes y qué tipo de contenidos son los que se van a usar.

En el primer caso expuesto, el del docente que lleva a clase una noticia, resulta evidente que el contenido es un contenido que trata de la actualidad, luego es un contenido periodístico, y que va ser usado en clase siguiendo una metodología docente: el profesor no lo lleva para comentar la actualidad solamente, sino que tiene un vínculo con el temario y le permite vincular la noticia con algún aspecto relevante que quiere explicar. Esta situación responde a contenidos periodísticos usados con metodología docente.

El segundo caso, el que ha tratado del uso de la radio para que los profesores hagan llegar su clase a estudiantes en distintos puntos del territorio, no es más que un cambio de canal de la situación típica de clase: contenidos docentes (el temario) tratados con metodología docente. Aquí la radio no supone más que un cambio en el sistema logístico del envío de la voz del profesor.

La experiencia que se ha puesta en marcha en la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) pretende modificar de una manera determinante la relación entre tipo de contenido y tipo de metodología de impartirlo. El cambio consiste en utilizar contenido docente (el temario, los recursos de contenido docente que el profesor ha decidido impartir) y aplicar la metodología periodística sobre este contenido docente. Convertir un recurso docente en un producto periodístico. Utilizar contenidos docentes con metodología periodística. Convertir los contenidos preparados por un profesor para ser trasladados en 10 horas lectivas en un magacín de radio de 45 minutos, con la misma capacidad de atraer la atención que los magacines de las radios comerciales pero que no trate de actualidad, sino de la materia del curso. A esto es a lo que llamo “learning journalism”.



El “learning journalism” se sitúa muy lejos de la práctica elemental de llevar material periodístico a clase y pretende que los contenidos docentes trasladados con la

metodología periodística tengan la misma atraktividad que los productos que generan los medios de comunicación.

4. Propósito del proyecto

La Universitat Oberta de Catalunya ha puesta en marcha un proyecto piloto de aplicación del “learning journalism” a los contenidos impartidos en una asignatura. Para escoger la asignatura se tuvieron en cuenta dos consideraciones: que fuera difícil la aplicación del “learning journalism” ateniéndonos a la dificultad de la materia escogida, pero que fuera posible la conversión de los contenidos de la asignatura a formato audio. Esta segunda consideración permitió eliminar de entre las candidatas a las asignaturas con una alta carga matemática y de aplicación de fórmulas. Por la dificultad de sus contenidos y por la dificultad que entrañaba convertirlos en un programa de radio de alta atraktividad se optó por la asignatura de “Propiedad intelectual”, enmarcada en los estudios de Derecho.

El proyecto, en la aplicación del “learning journalism”, quiere avanzar en la búsqueda de concreciones de lo que se ha dado en llamar “the enjoyment of learning” (Blunt, 2002). Este tipo de aprendizaje se adapta perfectamente al modo de aprender de los adultos y permite experimentar respecto al modo de aprender de las nuevas generaciones, educadas en un entorno donde los medios de comunicación son el centro de las redes sociales.

Esta comunicación quiere explicar cómo se ha construido esta primera experiencia de “learning journalism”. Los resultados de este proyecto piloto no se tendrán hasta el próximo curso, puesto que los contenidos trabajados durante el curso 2006-2007 se ponen a disposición de los estudiantes a partir de septiembre de 2007. Entonces se verá cuál es el grado de satisfacción de los estudiantes o cómo ha afectado a la mejora del rendimiento.

Los contenidos de curso de Propiedad intelectual trabajados con el paradigma del “learning journalism” se pondrán a disposición de los estudiantes en el aula virtual de la asignatura para que puedan bajárselos en cualquier dispositivo de reproducción audio (ipod, cedé, etc.)

De todos modos, y teniendo en cuenta que los estudiantes de la UOC son adultos con un alto índice de movilidad (traslados en coche, trayectos en metro, autobús o tren), la experiencia piloto puede ampliarse a otras asignaturas de la Universidad.

5. El método

Para poner en práctica el proyecto se puso a trabajar a la profesora responsable de la asignatura de Propiedad intelectual, Raquel Xalabarder, con un equipo de

profesionales de la radio catalana. En este proyecto participaron periodistas de RAC 1 (radio del Grupo Godó) y de Ona Catalana (radio del Grupo Prisa).

La función del profesor debía consistir inicialmente en orientar y validar el guión elaborado por los periodistas y evaluar el programa final. Los periodistas, además, tenían que proveer la voz del conductor del programa y realizar la producción del magacín (búsqueda de expertos). Junto con los periodistas diseñé los espacios del magacín y el método de trabajo (cómo convertir contenidos docentes en contenidos susceptibles de formar parte de un magacín) y evalué el ritmo y el tono del programa.

Posteriormente, el programa se grabó en una primera versión en los estudios de Ona Catalana en Barcelona y en su segunda, y definitiva, versión en los estudios de COM Radio, de Barcelona.

En un primer momento el equipo de trabajo tenía ante sus ojos un material escrito de unas 50 páginas. Este era el material que el profesor tenía previsto uso a lo largo de 10 horas lectivas. Nuestro objetivo era convertir este material escrito en un magacín de 45 minutos. ¿Por qué escogimos el género magacín de radio? Porque el magacín en una radio es un género propio de entretenimiento. Si un magacín radiofónico no resulta entretenido es que los profesionales que lo han preparado han fracasado. Desde este punto de vista, un magacín resultaba mucho más interesante que un programa de información. Por otro lado, los magacines están compuestos por microespacios (tertulias, entrevistas a expertos, conexiones con unidades móviles, concursos) que permitan dar más juego a los contenidos docentes.

Inicialmente el equipo de trabajo optó por trabajar sobre la literalidad de los materiales y aplicar las reglas que propone el lingüista Van Dijk para la síntesis de textos (Van Dijk, 1983; Van Dijk, 1995). El equipo tenía que convertir las 50 páginas del libro que se nos facilitó a apenas unas 15 páginas de guión radiofónico.

Van Dijk propone una reelaboración de las oraciones del texto para poder sintetizarlas en búsqueda de lo fundamental de cada pasaje. El lingüista propone hablar de una ciertas macrorreglas que permiten expurgar el texto de las oraciones menos significativas hasta, si se siguiera el sistema hasta el final, obtener un elemento que sintetizara todo el texto y que sería su sustancia fundamental: el tema del texto. El equipo de trabajo no quería llegar tan lejos, pero sí que necesitaba reducir las 50 páginas iniciales para hacer posible el guión del programa.

Van Dijk propone la aplicación al texto de una serie de macrorreglas que van a hacer posible la aparición de su tema. Estas macrorreglas consisten en una serie de operaciones de reducción aplicadas a lo que él denomina microestructura (“estructura semántica de la secuencia de frases”). El resultado de la aplicación de estas operaciones de reducción permite eliminar detalles e integrar en un “nivel más global de representación”: se obtiene así un resumen del texto.

Las cuatro macrorreglas que propone Van Dijk para condensar textos son las siguientes: la macrorregla de generalización, que consiste en sintetizar sintagmas; la

macrorregla de borrado, mediante la que se puede omitir un sintagma; la macrorregla de construcción, que permite sustituir una serie de oraciones por una que las resume, y la macrorregla de integración, que facilita eliminar oraciones si son condición o consecuencia de otras.

Siguiendo estas reglas de condensación y bajo la supervisión de la profesora, se obtuvo un guión. Este guión constaba de la voz de la conductora del programa y de diferentes espacios: un “cara a cara” y una entrevista. Se completó el guión con músicas asociadas a lo que se contaba y las sintonías y los efectos especiales que se habían previsto.

El resultado fue un programa de 38 minutos de duración que estructuralmente era un magacín pero que adolecía de falta de oralidad. Todos los integrantes del equipo de grabación (periodistas y expertos) se habían atenido a lo que el guión decía y el programa sonaba poco fresco. De todos modos esta primera versión del magacín, sirvió para poner en marcha un proyecto de construcción de voz sintetizada que verá la luz en el curso 2008-2009.

Como el resultado no era el esperado, el equipo se puso de nuevo manos a la obra. Ahora ya se sabía dónde estaba la disonancia entre un magacín de radio comercial y el producto obtenido de la primera grabación: la faltaba el dinamismo y la oralidad propios de un programa de radio profesional.

6. Los resultados

El segundo guión varió en estructura y en tono. Respecto a la estructura, se incorporaron nuevas secciones (una unidad móvil) y nuevos recursos sonoros. Y, sobre todo, se hizo especial hincapié en que el guión sonara menos leído. Este objetivo obligó a reformular el sistema de trabajo. En lugar de menguar el texto proporcionado por el profesor hasta obtener un volumen de páginas que pudiera trasladarse a guión radiofónico, se trabajó sobre ideas claves. Estas ideas claves las proporcionó la profesora (aunque también se hubieran derivado de la aplicación de la macrorreglas de Van Dijk hasta sus últimas consecuencias).

La profesora propuso los 10 conceptos clave para que un estudiante pudiera conocer la materia y el equipo de periodistas, después de haber leído el material y haber entendido de qué trataba la materia, tuvo total libertad para redactar un nuevo guión que no tenía como referente el material de la profesora. Una vez redactado este nuevo guión, la profesora lo validó.

El resultado de la grabación de este segundo guión fue un magacín de 45 minutos que formalmente no tiene diferencias con cualquier magacín de las radios comerciales pero que quien lo escucha acaba captando los conceptos básicos que se hubieran trasladado en 10 horas lectivas sobre Propiedad intelectual.

Conclusiones

El proyecto de “learning journalism” que ha puesto en marcha la UOC con un piloto sobre la asignatura de Propiedad intelectual pretende aplicar los métodos de trabajo de los periodistas a los contenidos docentes para multiplicar su atraktividad entre su público (los estudiantes). El proyecto llevado a cabo ha mostrado la vía de trabajo para posteriores adaptaciones de contenidos docentes a programas de radio. En este camino resulta fundamental la orientación del profesor para delimitar los elementos fundamentales del aprendizaje pero son los periodistas quienes deben construir la estructura y los guiones de estos programas para que se acerquen al objetivo del “enjoyment of learning” y de la alta atraktividad por parte de los estudiantes.

Referencias.

Blunt, 2002

BLUNT, Adrian; YANG, Baiyin: “Factor structure of the adult attitudes toward adult and continuing education scale and its capacity to predict participation behavior: evidence for adoption of a revised scale”, *Adult Education Quarterly*, 2002; 52; 299-314.

Gomis, 1974

GOMIS, Lorenzo. *El medio media: la función política de la prensa*. Madrid: Seminarios y Ediciones, 1974.

Miller, 2004

MILLER, Mary Jane; La Brunda, Andrew. “Media for Learning in a Multicultural Setting: From Island to Island in the Pacific”, Proceedings of the IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies (ICALT'04), 2004.

Núñez, 1979

NÚÑEZ LADEVÉZE, L. *El lenguaje de los “media”*. Madrid: Pirámide, 1979.

Núñez, 1993a

NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis. *Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo*. Madrid: Síntesis, 1993.

Núñez, 1993b

NÚÑEZ LADEVÉZE, L. *Teoría y práctica de la construcción del texto*. Barcelona: Ariel, 1993.

Van Dijk, 1983

Van Dijk, T. A. *La ciencia del texto*. Barcelona, Paidós, 1983.

Van Dijk, 1995

Van Dijk, T. A. Estructuras y funciones del discurso (9ª ed.) Madrid: Siglo XXI, 1995.

Varin, 1965

VARIN D'AINVELLE, Madeleine. La presse en France. Génèse et évolution de ses fonctions psycho-sociales. Paris: Presses Universitaires de France, 1965.