

EL PÓDCAST, ENTRE LA ENSEÑANZA DE LA HISTORIA Y LA HISTORIA PÚBLICA

Herramienta y producto

Héctor Buenrostro Sánchez

Las dos primeras décadas del siglo XXI han sido, sin duda alguna, un momento de transformación en la manera en la que percibimos y nos relacionamos con el tiempo; la cual es ciertamente distinta respecto a la de nuestros padres y abuelos, nacidos durante los dos últimos tercios del siglo pasado, a pesar de que aparentemente la brecha cronológica y generacional no es tan grande, aunque sí lo sea la tecnológica. Pareciera entonces que vivimos en una suerte de presente permanente y alargado, como han apuntado autores como François Hartog,¹ un eterno “aquí y ahora”, en donde queda poco espacio o interés para vincularlo con las otras dos dimensiones a partir de las cuales el presente se constituye como tiempo histórico, es decir, su relación con el pasado y el futuro.²

Desde esta perspectiva y fuera del ámbito de la historia, el pasado se nos presenta primordialmente idealizado, desprovisto de su propio contexto histórico e historicidad y mayormente como objeto de consumo, ya sea desde la cultura de lo *vintage* o de la decisión de adoptar identidades culturales del pasado a través de objetos, actitudes y hábitos de consumo de tiempos que se considera “fueron mejores” que el presente que nos toca vivir. La otra cara de este consumo del pasado como mercancía es la del

Héctor Buenrostro Sánchez, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM.

¹ François Hartog, *Regímenes de historicidad: Presentismo y experiencias del tiempo*, Ciudad de México, Universidad Iberoamericana, 2007.

² Siguiendo la propuesta de Reinhart Koselleck, el tiempo histórico constituido entre el espacio de experiencia y el horizonte de expectativa o la construcción de una proyección de futuro derivada de la relación entre presente y pasado.

gusto o el fetiche de saber por saber sobre el pasado y la historia, o por lo menos de aquellos periodos históricos que nos interesan, pero desde una suerte de romantización —de nuevo, desde la lógica de que “todo tiempo pasado fue mejor”— y sin verlo a la luz de una cronología de larga data, o como parte de un proceso o procesos históricos que han moldeado nuestro presente y que ciertamente son un punto de partida para la proyección de una expectativa o condición de futuro. Vemos el pasado como postales históricas coleccionables e inconexas entre sí.

Uno de los múltiples factores que nos pueden ayudar a entender y contextualizar este cambio en nuestra percepción y relación con el tiempo es el avance de la tecnología, particularmente de las TIC o las tecnologías de la información y la comunicación, entendiéndolas desde la lógica de la “sociedad red” y el capitalismo informacional al que apuntó hace ya algunos años Manuel Castells³ para pensar nuestra sociedad contemporánea. Si bien la brecha digital, de la mano de la desigualdad —en todas sus formas—, es un factor que no podemos ni debemos pasar por alto para evitar pensar que efectivamente estamos todos y todas conectados a la web, el desarrollo y el terreno ganado por el internet en las últimas dos décadas ha hecho que cada vez más vivamos una gran parte de nuestras vidas en línea.

Por un lado, en la actualidad pasamos más y más tiempo inmersos en la red, en alguna de sus múltiples posibilidades de uso, ya sea para pagar los servicios y hacer trámites de cualquier índole o para comprar en línea o entretenernos en el mundo del *streaming* y las plataformas digitales que nos hacen pensar que tenemos una suerte de contenido a la carta, a la medida de nuestras necesidades de entretenimiento. Por el otro lado, están los servicios de información y noticias que nos permiten seguir minuto a minuto o con imágenes transmitidas en vivo lo que sucede en el mundo —claro está, sin preguntarnos quién decide qué información es digna de ser mostrada como noticia y cuál no—,⁴ en donde pasamos vertiginosamente de acontecimiento en acontecimiento sin tiempo para asimilarlo, comprenderlo o vincularlo con otros hechos del pasado. Es la dictadura de la novedad.

³ Manuel Castells, *La era de la información: Economía, sociedad y cultura, Vol. 1: La Sociedad Red*, Ciudad de México, Siglo XXI, 2005.

⁴ Noam Chomsky y Edward S. Herman, *Los guardianes de la libertad: Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*, Barcelona, Crítica, 2003.

Es un hecho que en las últimas dos décadas la información y los estímulos textuales y audiovisuales a los que estamos expuestos cotidianamente, si tenemos una conexión a internet y una computadora, tableta o teléfono inteligente, se han acrecentado de manera notable, sin que ello signifique que toda esa cantidad de datos, información y estímulos sean necesarios, de calidad o que siquiera nos hagan estar más informados de lo que pasa a nuestro alrededor. Cada vez pasamos más tiempo frente a un *display* y menos en el “mundo real” y muchas veces ni nos preguntarnos exactamente qué contenidos estamos consumiendo y si son o no relevantes o significativos para nuestra cotidianidad o incluso sin pensar en los efectos que tienen en nuestra salud mental, física y emocional.

Para evitar el riesgo de caer en la vieja consigna de “todo tiempo pasado fue mejor”, me parece que también es importante reconocer las distintas ventajas y posibilidades de uso que las TIC han traído a nuestra vida cotidiana y a la forma en que aprendemos y adquirimos nuevos conocimientos, pues ahora tenemos acceso a distintos recursos que circulan libremente por la red y que nos permiten enriquecer o saciar nuestros propios apetitos intelectuales e incluso acrecentarlos. Por ejemplo, cada vez es más sencillo encontrar libros digitalizados que ya están descontinuados de los catálogos editoriales o son sumamente difíciles de adquirir en nuestro lugar de residencia, ya sea por el precio, porque raramente circulan en el mercado bibliófilo, o porque no se editaron y tradujeron en nuestra lengua materna. Pero también hay a nuestra disposición cantidad de objetos y archivos digitales, públicos y privados, como mapas, todo tipo de documentos históricos, audios, filmaciones, fotografías históricas en su soporte original o colorizadas, los cuales son grandes herramientas tanto para el estudio profesional como *amateur* de la historia, así como para su divulgación y enseñanza si aprendemos a trabajar con ellos. Además de lo ya mencionado, cada vez es más común encontrar contenidos multimedia que nos ayudan a resolver dudas, desde lo más cotidiano, como un tutorial en video para aprender a coser los botones de una camisa, hasta lo más especializado, como aprender herramientas para el desarrollo profesional, como el uso de Excel o la edición de audio, video y fotografía, o incluso para darle respuesta a nuestras inquietudes más profundas, como saber el significado y origen de una palabra o expresión que no entendemos, quién fue tal o cual

personaje histórico o por qué tal o cual fecha es considerada un día feriado. En este contexto, los historiadores y las historiadoras debemos, por un lado, asumirnos como miembros y producto de la sociedad que habitamos y que pretendemos estudiar y, por el otro, debemos reconocer que el mundo del internet y el uso de las TIC son un campo fértil para el ejercicio profesional de la historia y el cumplimiento de nuestro compromiso con la sociedad mexicana respecto a la necesaria producción de conocimiento pertinente, su difusión y comunicación de manera adecuada y entendible para todas y todos aquellos que pagan sus impuestos y que, por lo tanto, permiten que las universidades públicas sigan existiendo. Es decir, hay aquí una amplia área de oportunidad que está siendo, en gran medida, cubierta por entusiastas del pasado, con mayor o menor rigor en el tratamiento y presentación de contenidos, aunque, cuidado, con esto último no me refiero al lenguaje coloquial con la que estos se abordan o presentan, sino a que no se contextualizan y problematizan los acontecimientos históricos y, por lo tanto, no nos permiten entender la historia más allá de un compendio de datos curiosos aislados, fechas y nombres de personas y lugares que a veces ya no existen o tienen un nombre distinto. En ese sentido, considero fundamental hacer la aclaración, desde mi perspectiva como historiador, docente y sujeto histórico e historiable, de que, por un lado, las historiadoras y los historiadores no tenemos el monopolio del estudio y la divulgación del pasado, ya que este es patrimonio de todas y todos y, por el otro, que los contenidos de corte histórico que circulan en la red, la radio y la televisión tienen una función y un público específicos y que, en última instancia, llenan de buena o mala manera los vacíos que la academia histórica nacional ha creado al no darle la importancia debida a la comunicación de los resultados de sus investigaciones a un público no especializado, al que ciertamente el conocimiento de la historia para el fomento de una conciencia histórica y, en consecuencia, de una perspectiva o forma crítica de “leer” la realidad, el presente, el pasado y pensar en la condición de futuro le puede resultar un conocimiento significativo, como mencionaba Andrea Sánchez Quintanar a principios de este milenio.⁵

⁵ Andrea Sánchez Quintanar, *Reencuentro con la historia: Teoría y praxis de su enseñanza en México*, Ciudad de México, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2006, p. 67.

El actual contexto de la pandemia de covid-19 que —en la medida de lo posible— nos obligó a encerrarnos en casa y puso de manifiesto la importancia de las TIC en nuestra vida cotidiana, no solo para el acceso a la información —y, desafortunadamente, también para la desinformación— o la socialización, en un momento en el que encontrarse físicamente con las personas conllevaba un riesgo, sino que su uso y presencia se hicieron obligatorios en el proceso enseñanza-aprendizaje en todos los niveles de la educación formal. Así, de la noche a la mañana estudiantes y docentes transitamos por completo al mundo de lo virtual y los profesores tuvimos que adaptarnos y adaptar nuestras materias a esta nueva modalidad educativa, haciendo uso de todas las herramientas tecnológicas posibles para cumplir con los objetivos de nuestros cursos y tratar de paliar la brecha digital, que una vez más se puso de manifiesto de manera tajante.

En este contexto y derivado de la necesidad de comunicarse con el mundo exterior, de la diversificación del trabajo o de tener muchos estudiantes y profesionistas egresados de las universidades públicas y privadas o simplemente entusiastas del mundo virtual, se miró a las TIC y a las redes sociales para la creación y difusión de contenidos propios desde diversos saberes, entre ellos la historia. Así, atestiguamos un *boom* en la generación y presencia de contenidos históricos en diversas plataformas digitales como TikTok, Instagram, YouTube, Twitter, Spotify y un largo etcétera, siendo el pódcast una de las herramientas más populares. He aquí, de nuevo, un área de oportunidad para que historiadores e historiadoras comencemos a involucrarnos más en el necesario proceso de divulgación del conocimiento histórico.

¿ES REALMENTE NUEVO EL PÓDCAST?

Si bien el internet, las redes sociales, las plataformas digitales y sus alcances son ciertamente novedosas —no sólo en términos de internautas o consumidores, sino en términos de la variedad de recursos textuales y audiovisuales que nos permiten compartir—, la idea o la pretensión de comunicar y educar de manera masiva no lo es. Pensemos, por ejemplo, en la segunda mitad del siglo pasado, la era en la que además de la prensa escrita, la radio y la televisión eran los principales medios de comunicación, y en cómo desde distintos frentes y voces se pugnó por poner los medios públicos al servicio de la educación popular para romper con el flagelo del analfabetismo,

como dan cuenta los trabajos y propuestas de autores como Mario Kaplún.⁶ En este mismo sentido, el pódcast, como producto digital, novedoso y de manufactura del siglo XIX, me parece que no puede ni debe entenderse desligado de la herencia de la cultura de la producción radiofónica y la historia de la radio, pues a final de cuentas es de esta de dónde se retoman las bases para la realización de este tipo de producciones, tanto en el uso de elementos técnicos similares para su grabación⁷ como en términos de formatos, recursos sonoros y literarios,⁸ formas de selección, presentación y dosificación de la información, y el uso del guion radiofónico —técnico-literario— como herramienta básica que ordena y articula toda la emisión.

Pero ¿qué entendemos por pódcast o cómo lo definimos de manera formal? María Isabel Solano y María Mar Sánchez recopilan y presentan una serie de características mínimas que nos permiten darle un primer sentido al término:

[...] todos los pódcast presentan contenidos de audio que pueden ser escuchados libremente en internet. Habitualmente se trata de páginas que permiten la suscripción, la actualización y la retroalimentación de los contenidos colgados. Pueden ser manipulados y reproducidos desde el ordenador o desde una herramienta de audio móvil. Combinan tres aspectos importantes: por un lado, el formato de compartición de audio mp3, RSS como mecanismo de XML para distribuir o suscribir información sobre contenido en internet y, por último, el dispositivo de escucha portátil o móvil [...].⁹

Abonando a esta definición básica del término, me parece que es importante detenerse en la cuestión del formato, pues desde la propia experiencia, considero que el pódcast es más parecido a una cápsula sonora —con las

⁶ Entre las obras más importantes del autor sobre el tema se encuentran: Mario Kaplún, *Producción de programas de radio: El guión-la realización*, Quito, Ediciones Ciespal/Editorial “Quipus”, 1999; y Mario Kaplún, *Una pedagogía de la comunicación*, Madrid, Ediciones de la Torre, 1998.

⁷ Para la grabación y producción de un programa de radio, al igual que de un pódcast, se necesitan mínimamente micrófonos, computadora con *software* de edición de audio o una grabadora digital.

⁸ Los recursos técnicos sonoros y literarios pueden ser: música, efectos de sonido, audios históricos, dramatizaciones literarias, etcétera.

⁹ María Isabel Solano y María Mar Sánchez, “Aprendiendo en cualquier lugar: El pódcast educativo”, *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, núm. 36, 2010, p. 128.

características que mencionan las autoras— de duración variable, pero pensada como una unidad de sentido por sí misma, independiente de emisiones anteriores y posteriores para entenderla, en donde se aborda y desarrolla un tema por completo, seleccionando, dosificando y adecuando los contenidos en función de un público específico, acompañados de todos los recursos técnicos sonoros y literarios que se consideren pertinentes para la presentación de dicha información. Desde esta perspectiva, por ejemplo, la grabación de una clase, una conferencia o un programa de radio en vivo no son un pódcast, pues son actividades o productos que fueron planeados para otro formato y con otra forma de dirigirse al público.

Entonces, ¿qué es lo novedoso y atractivo del pódcast? En términos generales, desde la lógica del consumo, el pódcast es un elemento sonoro que puede reproducirse y pausarse en el momento deseado, desde cualquier lugar del mundo, ya sea que lo descarguemos al dispositivo digital de nuestra elección —celular inteligente, tableta o computadora— o lo escuchemos en línea en alguna plataforma como Spotify, YouTube, Anchor, Google podcast y muchas más; no tiene horarios de emisión preestablecidos, podemos escuchar episodio por episodio o la temporada completa y de corrido, y tiene una oferta de contenidos y tratamiento de los mismos tan diversa como los públicos a los que está dirigido.

Desde la posibilidad de su producción y realización podemos destacar una serie de ventajas: por un lado, es innegable que en los últimos veinte años la tecnología en términos de *hardware* y *software* se ha hecho ciertamente más accesible —que no democrática— en cuanto a costos y posibilidades de uso. Por ejemplo, a finales de los años noventa la producción de audio requería de acceso a un espacio semiprofesional de grabación, una grabadora digital o análoga, el uso de micrófonos y cables especiales y la posibilidad de acceder a una supercomputadora con una interfaz física para la edición de esas grabaciones mediante *softwares* altamente especializados como el Pro tools, para lo cual era necesario contar con el recurso humano que supiera manejarlo o haber tomado los cursos necesarios. Hoy en día existen *softwares* de edición de audio y video menos complejos pero igualmente funcionales, cuyas licencias son económicamente más accesibles o incluso de libre acceso, como el Audacity; y en la red abundan los tutoriales para aprender a usar dichos programas. Ahora bien, la grabación de voz puede hacerse con un

micrófono profesional o semiprofesional, con el celular, con un manos libres o un micrófono de computadora, sin que los resultados desmerezcan en términos de calidad sonora. De esta manera, cualquier persona que haya aprendido los rudimentos básicos de la edición de audio, con una computadora, acceso a una plataforma donde alojar audio, como Soundcloud, y con los elementos anteriormente descritos, puede, desde su casa o centro de trabajo (museos, universidades, espacios comunitarios, etcétera) producir, al menos en lo técnico, su propio pódcast. De esta manera, todas y todos estamos en condiciones técnicas de convertirnos en creadores de contenido en función de lo que consideramos importante poner a discusión en el espacio público y no solo ser consumidores de ello. Así, desde lo técnico, cualquier historiador o historiadora con las herramientas necesarias puede transformarse en creador de contenidos digitales. El tema de la selección, pertinencia, dosificación, tratamiento y presentación de la información en función de un público meta es un tema aparte.

¿Desde qué coordenadas teórico-metodológicas podemos pensar estos posibles productos de divulgación y enseñanza de la historia? Para tratar de darle una adecuada respuesta a esta pregunta, me parece que debo hacerlo a la luz de diversas formas de pensar la historia, su difusión, divulgación y enseñanza, y tratar de entrelazarlas para buscar un terreno común.

En primer plano y como punto de partida, considero útil y necesario retomar la postura de Andrea Sánchez Quintanar, quien plantea que tanto la difusión como la divulgación pueden entenderse desde un mismo ejercicio y proceso vital para historiadores e historiadoras, que es el de la enseñanza de la historia. De esta manera y a la luz de la definición de educación de la autora, como un proceso vital y permanente, formal e informal, todo ejercicio de comunicación del conocimiento histórico que hagamos los profesionales de la historia debe entenderse como parte de esa constante misión y quehacer propio de nuestra disciplina, que es la enseñanza de la historia a todo tipo de públicos y desde todos los soportes y escenarios posibles.¹⁰ Dicho lo anterior, la posibilidad de crear un pódcast como producto de divulgación o enseñanza de la historia puede también enmarcarse en tres grandes y relativamente novedosos campos del trabajo histórico, que

¹⁰ A. Sánchez Quintanar, *op. cit.*

son, de lo general a lo particular: las humanidades digitales, la historia digital, pero sobre todo el ejercicio de la historia pública.

Para Hannu Salmi,¹¹ el aterrizaje de la era digital y del avance de las TIC en las ciencias sociales y las humanidades puede contextualizarse y rastrear-se desde la segunda mitad del siglo XX, antes de la popularización y aparición de las computadoras en nuestros hogares y lugares de trabajo; por lo tanto, no es un campo tan novedoso como pudiéramos llegar a creer, a la luz del actual contexto pandémico en el que nos encontramos y que nos ha permitido la posibilidad de participar desde nuestra casa, de manera virtual, en coloquios, congresos, seminarios y exámenes profesionales. En palabras de este teórico,¹² en los años 2000 las humanidades digitales, como un gran enfoque general, se convirtieron en una suerte de amalgama de acercamientos de la historia y otras disciplinas propias del campo al uso de las tecnologías de la información aplicadas a sus diversos objetos de estudio y formas de hacer investigación y difusión desde estas herramientas digitales.

De acuerdo con Salmi, la historia digital es un campo laboral de la historia profesional que desde 2010 ha comenzado a ganar terreno, posicionándose y reposicionándose a la luz del trabajo interdisciplinario y del uso de las tecnologías de la información, las cuales posibilitan y ponen al alcance del público especializado y no especializado distintos recursos confiables históricamente, como imágenes, texto, audio y video. Es decir, es una forma de hacer historia a partir de las tecnologías digitales y que ha ido de la mano del desarrollo de la historia pública. En términos del autor la historia digital es “[...] un acercamiento a la exploración y representación del pasado; utiliza las nuevas tecnologías de comunicación y aplicaciones de medios, y experimenta con métodos computacionales para el análisis, producción y difusión de conocimiento histórico”.¹³

He propuesto la historia pública como tercer campo de trabajo histórico, pues la considero una vía que deberíamos empezar a explorar más desde nuestro país, sobre todo en aras de repensar las formas de hacer y comunicar de la historia profesional. A diferencia de la historia digital que apela al uso y la aplicación de herramientas tecnológicas para el quehacer histórico pro-

¹¹ Hannu Salmi, *What is Digital History?*, Cambridge, Polity Press, 2021.

¹² *Ibíd.*

¹³ *Ibíd.*, p. 7.

fesional, incluyendo la comunicación o la difusión —sin detenerse demasiado en esto último y en cómo trabajar con el público—, la historia pública plantea, entre el profesional de la historia y el público, una forma de participación colaborativa en la escritura de los contenidos históricos en los que este último se sienta incluido y representado.

La historia pública es un campo de trabajo que tuvo su origen en Estados Unidos a finales de los años setenta, y que durante los ochenta se replicó en otros países de habla inglesa como Inglaterra o Australia. Hacia las décadas de 1990 y 2000, poniendo especial atención en las TIC y sus posibilidades de uso desde una perspectiva social, se consolidó y fue ganando terreno en otros países no angloparlantes, particularmente en Francia y después en Brasil, y en fechas más recientes en Colombia.¹⁴ En términos muy generales y esquemáticos, esta propuesta de pensar y hacer la historia apuesta por la creación de una narrativa histórica hecha por, para y con el público; por lo que asume como un problema fundamental el tema de las posibles audiencias y la multiplicidad de formas que la historia puede adoptar cuando se trata de comunicarla y difundirla. En este sentido, apela porque esta adquiera cierta versatilidad y capacidad de adaptación de su discurso a las heterogéneas propuestas de producción, difusión y circulación del conocimiento desde su necesaria inserción en la cultura de los medios de comunicación para ampliar el público que la consume y que este se sienta representado en sus contenidos, además de que parte del impacto y la necesidad de incorporar el uso de las tecnologías digitales no solo en la divulgación, sino en la producción de conocimiento histórico.¹⁵

Por último, uno de sus objetivos más interesantes es la necesidad de construir conocimiento a través de un proceso dialógico entre los mundos académico y no académico, de manera colaborativa y en donde los actores históricos, de la mano de los historiadores e historiadoras, tengan la posibilidad de generar sus propios contenidos y versiones sobre el pasado, rompiendo así con la lógica y visión de la historia profesional como productora de contenidos y la pasividad de las audiencias que solo los consumen. Por lo anterior, esta forma de pensar y hacer historia me parece un camino dig-

¹⁴ Daniela Torres Ayala, “Historia pública: Una apuesta para pensar y repensar el quehacer histórico”, *Historia y Sociedad*, núm. 38, 2020, pp. 229-249.

¹⁵ *Ibíd.*

no de ser explorado, aunque para los menesteres de este artículo y pese a la propia experiencia de trabajo en la producción de pódcasts, no me adentraré más en esta cuestión.

EL PÓDCAST COMO HERRAMIENTA Y PRODUCTO

Líneas arriba mencioné algunas características básicas del pódcast, desde su definición mínima y básica, los elementos que resultan novedosos en torno a esta posible forma de divulgación-enseñanza de la historia, lo propicio del actual contexto para su producción y recepción por una serie de públicos distintos con intereses diversos sobre la historia hasta algunas pautas teórico-metodológicas para problematizar la posibilidad de aventurarse a realizarlo. Ahora, desde la praxis de la enseñanza de la historia, corresponde hablar de las problemáticas en torno a su diseño, elaboración y sus distintas posibilidades de uso.

He mencionado que en los últimos veinte años la tecnología se ha hecho relativamente más accesible en términos de costos y facilidad de uso, lo cual a su vez redundan en la posibilidad de que cualquier historiador o historiadora con rudimentos básicos de edición de audio pueda, desde la comodidad de su casa o espacio de trabajo, producir y realizar técnicamente un pódcast de contenido histórico dirigido al público meta de su elección. Sin embargo, si bien estos cambios en la tecnología de edición y los soportes de almacenamiento y reproducción de audio vía *streaming* son un factor clave y decisivo que facilitan el proceso de elaboración y escucha, por sí mismos no resuelven un tema central que es el de pensar en las estrategias y formas adecuadas de comunicar un contenido histórico de forma atractiva, que tenga ideas complejas de fondo sobre la historia y que esté adecuado a los públicos específicos con los que se quiera establecer un proceso comunicativo. Es decir, el formato y el soporte tecnológico por sí mismos no lo son todo, es necesario volver a la vieja discusión en torno a la elaboración de cualquier discurso o narrativa histórica explicativa: la tensa relación entre la forma y el fondo.

Por no ser menester de este artículo, no hablaré aquí puntualmente de los pasos y estrategias metodológicas a seguir para el diseño, selección, dosificación, presentación, tratamiento y traducción intersemiótica del discurso histórico al de los medios de comunicación —recordemos que al

final del día, el pódcast tiene una fuerte herencia de la cultura radiofónica—, pero sí diré que son elementos fundamentales del proceso de elaboración de este tipo de producto de divulgación-enseñanza,¹⁶ para evitar caer en la muy criticada “educación bancaria” cuyo principio es la transmisión a un público consumidor, ignorante y pasivo, por parte de quienes ostentan el monopolio del estudio del pasado, con la superioridad intelectual de la historia, de contenidos cerrados y ya digeridos, que no provocan las necesarias preguntas sobre la relación del presente con el pasado, que estimulen el pensamiento crítico y el desarrollo de una consciencia histórica.

Una de las principales posibilidades de uso del pódcast que he identificado a partir de mi propia experiencia como docente de la Licenciatura en Historia del SUAYED, en la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, es la de pensarlo como una herramienta para el desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje dentro del aula, pues a través del ejercicio individual de imaginarlo, diseñarlo y realizarlo para luego darle forma a una serie colectiva de pódcasts de temáticas históricas diversas, las y los alumnos se ven obligados, por un lado, a reflexionar en torno a la manera en que se piensa y produce el conocimiento histórico y, por el otro, el proceso en torno a cómo comunicarlo a diversos públicos no especializados. Es, por decirlo de alguna manera, un proceso de aprender a aprender y aprender a comunicar desde la praxis de la enseñanza de la historia.

En este ejercicio, en primera instancia, cuando los alumnos reflexionan sobre las formas y posibilidades de producción del conocimiento histórico, tienen que hacer explícitas sus propias ideas sobre el quehacer histórico y la relación presente-pasado, además de enfrentarse a tener que dar respuestas a preguntas básicas como ¿cuál es su idea de la historia?, ¿cuál consideran que es la función social de la historia y de las y los historiadores?, ¿qué tipo de historia quieren hacer y contar, por qué y para qué?, ¿cómo vinculan su tema de trabajo con el presente?, ¿por qué y cómo su tema de trabajo puede resultar significativo para quienes no se dedican profesionalmente a la historia? y

¹⁶ Para ahondar en este tema puede consultarse: Héctor Buenrostro Sánchez, “Miscelánea histórica sonora: Experiencias de divulgación de la historia a partir del uso del pódcast”, en Elena Anzures, Rogelio Laguna y Anabell Romo (coords.), *Perspectivas sobre la metodología de la historia en el siglo XXI*, Ciudad de México, Asociación Interdisciplinaria para el Estudio de la Historia de México, 2021, pp. 20-44.

¿a quiénes consideran que es necesario contarles sobre su tema de trabajo y por qué o a quiénes les resultaría útil conocerlo? Este proceso reflexivo siempre arroja algunas coordenadas básicas de trabajo colectivo, es decir, entender el propio quehacer profesional para saber cómo contárselo a los demás, que las preguntas que guían sus investigaciones sobre el pasado siempre se generan desde las inquietudes subjetivas del presente y la necesidad de mirar el acontecimiento histórico a la luz de una mirada procesal y dialógica.

Durante el proceso de escritura del guion, que es la herramienta que sistematiza y ordena la información y el uso de recursos sonoros para la producción del pódcast, las y los estudiantes tienen que identificar y definir las estrategias comunicativas para transmitirle el mensaje al público meta. La información y la narrativa que la contiene se revisa y corrige varias veces para presentarla de manera sintética, evitando el uso del lenguaje técnico-académico, contextualizando tiempos y espacios históricos, explicitando las posibles relaciones entre el tema de investigación y la cotidianidad del escucha promedio y generando preguntas abiertas para invitar a la reflexión del público.

Al final del proceso que se lleva a cabo durante todo el curso, en un contexto de horizontalidad y libertad en la edición y revisión de contenidos en el aula, el estudiantado termina aprendiendo a comunicarse con un público ajeno a su cotidianidad profesional, a repensar y cuestionar los límites del quehacer histórico, aprende también que el conocimiento histórico no resulta significativo por sentado para todo el mundo, sino que hay que encontrar la forma de que lo sea y, por último, se da un proceso de formación de recursos humanos, en donde, aprovechando la cercanía de las y los alumnos con la tecnología y su propia experiencia como consumidores de contenidos históricos, pasan de ser meros consumidores a generadores de contenido y aprenden el uso de una nueva herramienta para la enseñanza-divulgación de la historia.

EL PÓDCAST COMO PRODUCTO DE DIVULGACIÓN-ENSEÑANZA DE LA HISTORIA
Una segunda posibilidad de uso del pódcast que identifiqué es como objeto didáctico y producto de divulgación. Esto puede entenderse como el resultado de un proceso de trabajo como el arriba expuesto, o se puede realizar de cualquier otra forma, pero deberá hacerse siempre desde la claridad de haber

identificado y aplicado adecuadamente las estrategias comunicativas necesarias para llegar al público meta que se haya escogido, adecuando el lenguaje, la selección, presentación y dosificación de la información en función del escucha y no esperando que sea este el que se adapte a nuestro sociolecto histórico. Por otro lado, el creador deberá encontrar la forma de fomentar en el escucha potencial el interés por el conocimiento histórico, estableciendo un vínculo entre el pasado que se narra y su presente y cotidianidad, aportándole conocimiento significativo que le genere más preguntas sobre el pasado y sobre su propio presente, en vez de respuestas cerradas y definitivas.

Considero que es necesario y fundamental identificar y aprovechar el área de oportunidad que se nos presenta a historiadores e historiadoras con la creciente accesibilidad y la supuesta “democratización” de la tecnología —en términos de *software* y *hardware*—, las posibilidades de uso de las TIC, el renovado interés de diversos públicos por acceder a contenidos históricos y las nuevas formas y hábitos de consumo digitales, en los cuales el mandato es que el mensaje se comunique de manera asertiva, en poco tiempo y tendiendo un puente entre el conocimiento y el entretenimiento —que, dicho sea de paso, siempre ha sido un excelente punto de partida para la enseñanza-divulgación de la historia—. En este sentido, quienes nos dedicamos profesionalmente al trabajo histórico tenemos que leer y entender de manera adecuada el contexto que se nos presenta y adaptarnos y ajustar nuestro discurso a este nuevo escenario, y no pretender que sea esta nueva generación de consumidores e internautas digitales quienes se adapten a nuestras formas de comunicar. ¿Para qué hacer esto?, para no perder la posibilidad de cumplir con una de las funciones sociales de la historia e influir en esta nueva realidad, ayudando a crear consumidores y pensadores críticos que sean capaces de discernir y formarse su propia opinión en medio de la avalancha de contenidos y estímulos textuales y audiovisuales que se les presentan día a día, e incentivar el pensamiento crítico y la puesta en práctica de nociones como la historicidad y la conciencia histórica como herramientas para leer y cuestionar tanto el presente, como el pasado, de manera individual y colectiva. En términos generales, toda apuesta que se haga en torno a la generación de productos de divulgación-enseñanza como el pódcast, debiera pensarse y hacerse desde la lógica de que la educación es un proceso permanente, vital, formal y no formal; pues no sólo aprendemos en

la escuela, sino también de lo que vemos y leemos cotidianamente, tanto en los soportes tradicionales análogos como en el contenido que circula diariamente en internet y las redes sociales.

Al considerar la posibilidad de la producción de pódcast desde la perspectiva de la historia pública, las y los historiadores podríamos, por un lado, tratar de llenar el vacío y relativo silencio que la academia y nuestra forma de pensar y hacer divulgación de la historia ha creado en el espacio público digital y, por otro, tratar de mostrar el mosaico de realidades que conforman nuestra “realidad”, incluso apostando porque desde la lógica del trabajo colaborativo sean los propios actores sociales e históricos quienes, apoyados en las y los historiadores, nos cuenten sus visiones particulares y locales de la historia, y ¿por qué no?, también nosotros reconocernos en ellas y los procesos que nos cuentan. En este sentido, creo que existe una interesante área de oportunidad para la producción de pódcast a partir de las investigaciones hechas con actores históricos vivos, como los trabajos de la historia oral, la historia social, la urbana y el cruce de la relación entre historia y literatura, así como desde el ámbito de los museos, como material de apoyo para facilitar las visitas autogestivas en recintos con colección y temática histórica, en donde generalmente el cederario presenta la información desde una perspectiva y un lenguaje altamente técnico y especializado. Por último y a manera de conclusión, un elemento fundamental para pensar la producción de cualquier producto de divulgación-enseñanza digital es el alcance real de estas producciones a la luz de la brecha digital y el reconocimiento de que, si bien el acceso a internet se ha popularizado en los últimos veintidós años, aún existe un importante sector de la población nacional que no se encuentra vinculada a estas tecnologías, por lo que estas herramientas y productos digitales no pueden ser la única estrategia que pensemos para la necesaria y permanente enseñanza de la historia. ❧

