



Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) (2008)  
*Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*  
6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho)  
ISBN 978-989-95500-1-8

---



## Radio: Nuevas experiencias para la educación en comunicación audiovisual

JUAN JOSÉ PERONA PÁEZ, MARILUZ BARBEITO VELOSO, ANNA FAJULA PAYET

*Universidad Autònoma de Barcelona*

### Resumo:

La convergencia tecnológica ha favorecido que, en los últimos años, hayan aflorado en España distintas iniciativas encaminadas a fomentar la educación en comunicación audiovisual. La radio, que tradicionalmente ha presentado múltiples posibilidades de explotación fuera y dentro del aula, y se ha consagrado como un potente instrumento complementario y de refuerzo de la enseñanza y el aprendizaje, lidera el conjunto de las experiencias que se han ido consolidando, las cuales van mucho más allá del potencial instructivo y formativo que se le ha conferido a este medio. Entre las iniciativas surgidas, merecen ser destacadas aquellas que cuentan con el apoyo de las administraciones públicas, como Media Radio, un recurso en línea del Centro Nacional de Comunicación e Información Educativa (CNICE), el proyecto Xtec Ràdio, impulsado por el Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya o Publliradio, un aplicativo on-line de innovación docente financiado por la Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca (AGAUR) de la Generalitat de Catalunya, cuyo principal objetivo es favorecer el trabajo autónomo, individual y grupal, de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas en las materias de radio, en sintonía con la nueva cultura docente derivada de la implantación del crédito ECTS y la creación del Espacio Europeo de Educación Superior.

### Palavras-chave:

Radio, Education, New technologies.

---

La convergencia tecnológica y, especialmente, la consolidación de Internet como plataforma de difusión e inferencia de múltiples contenidos textuales, sonoros, visuales y sonoro-visuales ha propiciado que, en los últimos años, hayan visto la luz distintas iniciativas encaminadas a fomentar la educación en comunicación audiovisual. La radio, que históricamente ha presentado múltiples vías de explotación fuera y dentro del aula, y se ha consagrado como un potente instrumento complementario y de refuerzo de la enseñanza y el aprendizaje, lidera el conjunto de las experiencias que se han ido desarrollando en diferentes países, entre ellos España, las cuales van mucho más allá del potencial instructivo y formativo que históricamente se le ha conferido.

Fuera del aula, la radio se ha erigido en un medio de enseñanza a distancia que, al igual que la televisión, ha servido y sigue sirviendo para instruir a muchas personas, sobre todo en los lugares menos favorecidos (por ejemplo algunas zonas de América Latina), donde habitualmente los

programas enfocados a la educación nacen a partir del índice de deserción o de no asistencia al sistema escolarizado formal, debido a que las instituciones escolares se encuentran a distancias inaccesibles en algunas poblaciones. La radio, como un medio alternativo económicamente accesible para tenerse en los hogares, ha sido y es el espacio alternativo para la educación (...), “alfabetizando los rincones más insospechados, con la difusión de programas grabados de matemáticas, español, y desarrollo en las comunidades, todo ello coordinado por un locutor que entregaba reportes del proceso” (Arteaga, C., 2004). En territorios más desarrollados, como por ejemplo las Islas Canarias, este papel formativo del medio también está presente, como demuestra el caso de *Radio Ecce*, una red que en la actualidad se define como la *Emisora Cultural de Canarias* y que cuenta con una trayectoria de más de 40 años. *Radio Ecce* se caracteriza por ofrecer una programación docente propia, destinada a cualquier oyente que sintonice con ella, tanto en FM como en AM. Se trata de una experiencia que combina diferentes cursos de formación a distancia, con música de actualidad, “como compensación a la gran cantidad de palabra” que impregna sus espacios educativos. En el curso académico 2006/07, esta emisora, que cubre la práctica totalidad del archipiélago canario, seguía haciendo una fuerte apuesta por la enseñanza de las lenguas (inglés, alemán y francés), además de incluir en su parrilla diferentes clases de cultura popular y de formación básica. De hecho, *Radio Ecce* (<http://www.radioecce.org>) tiene una amplia oferta, en la que se pueden encontrar cursos de formación básica (alfabetización, cultura popular, formación en lengua, ortografía, etc. y graduado en Educación Secundaria), Bachillerato, Aula Abierta (economía y empresa, formación del profesorado, idiomas, nuevas tecnologías, intervención psicosocial, medioambiente, ocio y tiempo libre, y salud), y Formación Profesional (ocupacional y continua).

Dentro del aula, la radio puede tener diversas aplicaciones: desde despertar la imaginación entre los niños y las niñas, hasta convertirse en un formidable instrumento para mejorar la expresión oral y la capacidad creativa entre el estudiantado, sin olvidar que muchos de sus productos contribuyen a ampliar el conocimiento sobre el entorno político, económico, social, cultural y natural que envuelve a los/as alumnos/as y, consecuentemente, a mejorar su relación con todo aquello que les rodea. Sacar más o menos provecho a las oportunidades que brinda el medio dependerá, lógicamente, del uso que de él se haga. No obstante, y como ya se puso de manifiesto en otra ocasión, (Perona, 2001), en los centros en los que se ha puesto en marcha una emisora o bien se ha introducido el trabajo con el medio a partir del análisis de productos radiofónicos o ideación de los mismos, sus responsables han constatado su enorme validez para, entre otras cosas:

- Fomentar y reforzar el trabajo en equipo;
- Potenciar la iniciativa y la capacidad creadora del profesorado involucrado en el proyecto;
- Mejorar la expresión oral y escrita entre los estudiantes, así como la utilización de los signos de puntuación;
- Aumentar de forma significativa el uso de la biblioteca;
- Favorecer la integración del alumno, aproximándolo a su entorno;
- Desarrollar una nueva manera de educar: activa, abierta a la vida, democrática, crítica y solidaria; y
- Dinamizar la comunicación entre la comunidad escolar.

Se trata, en definitiva, de diferentes desarrollos de la educación en medios, es decir, de “enseñar a comprender, analizar y usar los medios de comunicación (...) de transformar la comunicación audiovisual en materia de estudio” (Oliva, M., 2006: 30), pero también de educar a través de los medios (educación con medios).

Junto con las diferentes experiencias a las que nos hemos aproximado, la apuesta de algunas (pocas) emisoras por incluir en sus parrillas programas destinados a la población infantil es otra

manera de explotar las posibilidades educativas que brinda la radio. Estos programas, con más o menos altibajos en cuanto a presencia en las ondas se refiere, han sido puestos en antena con el objetivo primordial de entretener al público para el que habían sido concebidos, aunque nunca han faltado contenidos con un alto valor pedagógico. La escuela, globalmente entendida, se ha convertido en ocasiones en el centro de concursos, debates, tertulias, y reportajes radiofónicos. En la actualidad, uno de los principales exponentes de este tipo de espacios es, por ejemplo, “Los que más saben”, que se emite a través de Radio Programas del Perú y que alcanza importantes índices de audiencia en ese país sudamericano.

Sin embargo, hablar de radio educativa, o de la existencia de emisoras educativas, no parece ser lo más apropiado, puesto que, en sintonía con apreciaciones como las de Merayo, “bajo esta denominación se agrupan modalidades radiofónicas muy diferentes: instructiva, comunitaria, popular, formativa...Todas ellas –eso sí-, parecen compartir un rasgo común: intentan alcanzar objetivos no comerciales y se orientan especial y directamente hacia una finalidad de carácter social” (Merayo, 2000). Por esta razón, resulta mucho más acertado referirse a *modalidades de radio educativa*, que son las que en realidad posibilitan las distintas acepciones anteriormente referenciadas. Lógicamente, esta argumentación niega la existencia de emisoras educativas, pero no así la de estaciones de diversa índole –además de las citadas por Merayo, podrían incluirse también las escolares-, o la de programas cuya principal finalidad es educar con contenidos específicos. Tampoco rechaza, ni mucho menos, el concepto de *radio con fines educativos*.

Por otra parte, en el marco de las *modalidades de radio educativa* encajan las diferentes iniciativas que, aprovechando las posibilidades de la convergencia tecnológica en la era digital, se han venido desarrollando para fomentar la educación en comunicación audiovisual a través del potencial informativo y expresivo que presenta la radio. Entre estas iniciativas, que son las que centrarán nuestro interés, merecen ser destacadas aquellas que cuentan con el apoyo de las administraciones públicas, como *Medía Radio*, un recurso en línea del Centro Nacional de Comunicación e Información Educativa (CNICE), el proyecto *Xtec Ràdio*, impulsado por el Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya o *Publiradio*, un aplicativo on-line de innovación docente financiado por la Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca (AGAUR) de la Generalitat de Catalunya, cuyo principal objetivo es favorecer el trabajo autónomo, individual y grupal, de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas en las materias de radio, en sintonía con la nueva cultura docente derivada de la implantación del crédito ECTS y la creación del Espacio Europeo de Educación Superior.

### **Medía Radio: la web para entender, comprender y experimentar con la radio**

*Medía Radio*, que se enmarca dentro de *Medía* (Televisión, Prensa, Cine, Publicidad y Radio) es un proyecto destinado especialmente a los estudiantes de Secundaria que trata en profundidad la mayoría de los temas relacionados con la comunicación radiofónica. *Medía Radio* se estructura en nueve secciones temáticas -*Historia y evolución, La comunicación radiofónica, La tecnología radiofónica, La radio por dentro, ¿Cómo se hace?, La programación radiofónica, Producción de programas, Una emisora en la escuela y Pensando en la radio*-, que aportan los suficientes conocimientos como para entender, comprender y experimentar con el medio y, también, para reflexionar sobre sus ilimitadas posibilidades informativas y expresivas.

Cada una de las secciones mencionadas, entre las que por su valor pedagógico destacan *La comunicación radiofónica* y *¿Cómo se hace?*, está plagada de imágenes fijas, de imágenes en movimiento y de sonidos que ilustran las diferentes explicaciones, además de incorporar actividades interactivas que facilitan el aprendizaje y fijan aspectos clave sobre la historia del medio, la producción del sonido, etc. En *La comunicación radiofónica*, por ejemplo, se examinan en profundidad

los componentes del lenguaje radiofónico –voz, música, efectos sonoros y silencio-, prestando especial atención a sus valores estéticos y semánticos, así como a las diferentes funciones que cada uno de estos elementos puede llegar a desempeñar. Por su parte, en la sección *¿Cómo se hace?* se abordan contenidos como la redacción y la locución, la planificación sonora y la construcción del espacio, el montaje radiofónico y sus técnicas, el movimiento y la dirección a través del espacio radiofónico, el tiempo y la narración en la radio y el guión radiofónico.

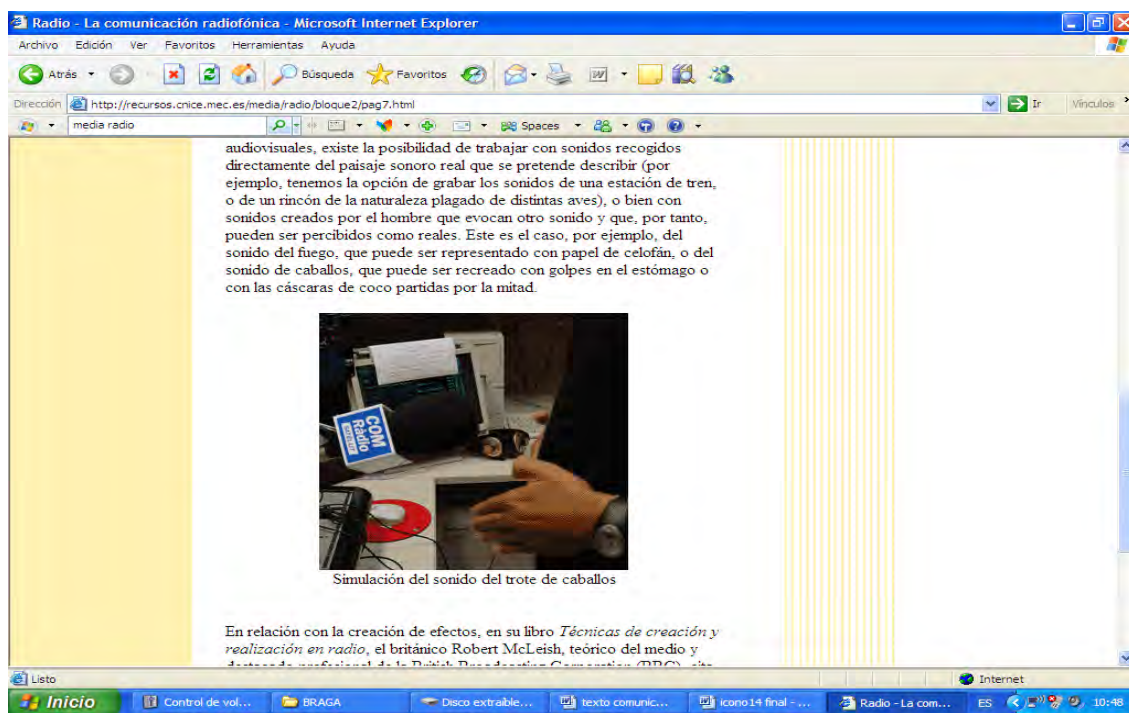


Aspecto de la página principal de 'Media Radio'

Fuente: <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/index.html>. Fecha de consulta 19-06-07

Junto con los bloques temáticos referenciados, *Media Radio* cuenta con potentes herramientas complementarias, como un glosario de términos radiofónicos, un autoevaluador y una recopilación de la bibliografía más significativa, así como con un atractivo simulador para la realización de prácticas reales en línea.

Entre estas prácticas, resultan de especial interés las de redacción, mediante las que al internauta se le propone la adecuación de textos informativos a las especiales características que impone el medio (claridad, simplicidad, redundancia, entre otras), así como la de la confección de un guión técnico-literario a partir de un fragmento radiofónico.



Vista de la página en la que, dentro de la sección 'La comunicación radiofónica' se ilustra, en el bloque de Efectos, cómo producir el sonido del trote de caballos

Fuente: <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/index.html>. Fecha de consulta 19-06-07

### **Xtec Ràdio: la radio en la escuela**

Por su parte, el Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya a través de su red telemática educativa (*Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya-XTEC*) impulsa como uno de sus proyectos la implantación de la radio en los centros escolares públicos de la comunidad autónoma de Cataluña. Ésta es una iniciativa que pretende promocionar el servicio de radio escolar por Internet, convirtiendo la radio a través de la red en un medio de comunicación escolar tanto dentro de los centros educativos, como entre las diferentes escuelas y su entorno.

El eje sobre el que pivota esta iniciativa es el de poner al alcance de los centros, tanto de enseñanza primaria como secundaria, la posibilidad de introducirse en el funcionamiento del medio, al tiempo que los alumnos aprenden a dar a sus trabajos un formato radiofónico. Dichos trabajos, ahora "programas", se transmiten a través del portal *xtec*. De esta forma, se completa la formación de los alumnos desde una doble vertiente. Por un lado, los estudiantes aprenden el valor expresivo del lenguaje radiofónico y a adaptar sus mensajes a sus peculiaridades, con productos que pueden abarcar cualquier temática curricular. Por otro lado, los niños y niñas desarrollan la capacidad de entender los códigos textuales y sonoros de este medio. Por tanto, podríamos resumir los puntos claves de este proyecto de la siguiente forma:

Promover el uso de la radio en los centros de Cataluña.

Poner a disposición de los/las estudiantes un instrumento para fomentar el uso de la lengua hablada y escrita en general, y el catalán en particular.

Dotar a los centros educativos de una herramienta para profundizar en el conocimiento de cómo hacer radio.

Generar un modelo de radio de calidad como contenedor de los programas elaborados por los centros educativos.

Difundir por Internet los espacios radiofónicos creados por niños y jóvenes.



Página principal del 'Xtec Ràdio'

Fuente: <http://phobos.xtec.cat/audiovisuals/radio/>. Fecha de consulta: 19-06-07

<http://phobos.xtec.cat/audiovisuals/radio/> es una web donde los estudiantes pueden consultar y trabajar con diferentes elementos para desarrollar sus competencias como comunicadores radiofónicos. Además, se pueden encontrar informaciones sobre diferentes aspectos de la relación entre la radio y la escuela. Para comprobar el verdadero interés de este triángulo escuela-radio.TIC (tecnologías de la información y la comunicación), vamos a desglosar los principales apartados de esta web.

Si se observa el menú principal, se percibe que el primer apartado que nos encontramos es el de *Soportes y Materiales*, dónde se trabajan los formatos de sonido: editores, conversores, reproductores, etc. Por su parte, en el apartado *Recursos didácticos* se presentan actividades relacionadas con la radio para que los docentes las pongan en práctica dentro del aula. Dichas actividades se plantean en función del nivel educativo: parvulario, primaria, secundaria y bachillerato.

En el bloque *Lenguaje radiofónico*, a través de una serie de lecciones, los estudiantes pueden involucrarse en el funcionamiento de la radio, en el uso de su lenguaje y sus códigos. Una breve historia de la radio, sus sistemas expresivos (voz, música, efectos sonoros y silencio), el montaje radiofónico y los géneros y formatos son las diferentes unidades teóricas con las que se encuentran los usuarios.

Junto con los apartados analizados, uno de los más interesantes es el denominado *Webquest Ràdio*. Aquí se pueden encontrar algunos ejemplos de los sistemas *Webquest* para primaria, secundaria y bachillerato, así como un par de experiencias *podcast* en inglés. Si se parte de la base, tal y como afirma Jordi Adell<sup>1</sup>, de que “una *Webquest* es una actividad didáctica que propone una tarea factible y atractiva para los estudiantes y un proceso para realizarla durante el cual los alumnos *harán cosas* con información: analizar, sintetizar, comprender, transformar, crear, juzgar y valorar, crear nueva información, publicar, compartir, etc.”, (Adell, J. 2004)<sup>2</sup>, en el caso que nos ocupa el tema central son las experiencias de algunos centros con la radio escolar.

*Biblioteca de sonidos*: Este es un bloque en construcción. A los recursos sonoros, efectos y músicas, se puede acceder a través de dos vías: las incluidas en la propia fonoteca o a través de *links* con otros bancos de sonidos.

Finalmente, el *Xtec Ràdio* se completa con un *Foro*, donde al igual que sucede en otros ámbitos, la comunidad escolar puede comunicarse incluyendo mensajes en las diferentes carpetas operativas en la *zona pública*: *Novedades*, *Fem ràdio* (Hacemos radio), *Problemas tècnics*, *En el aula* y *Fora de Lloc* (fuera de lugar, una especie de “cajón de sastre” donde exponer cualquier tema), y con el apartado *Enlaces y Escuelas*. Estas páginas conectan con otras experiencias sobre la radio como recurso educativo, ya sea a través de una emisora por Internet, por radiofrecuencia o *podcasting*.

Hasta ahora se ha incidido mínimamente en el primer apartado del proyecto del *Xtec*. El segundo punto clave es la *Emisora de Radio por Internet*. La programación de esta estación se construye a partir de los programas de las escuelas que participan en esta iniciativa. Un menú de *ràdio a la carta* nos permite escuchar los trabajos que las propias escuelas se encargan de colgar a través de *Publica.XtecRàdio*.

La sección Ràdio' permite colgar sus Fuente:

'Pública Xtec a las escuelas programas

<http://phobos.xtec.cat/audiovisuales/radio/>. Fecha de consulta: 19-06-07

Durante el 2007, cerca de 60 centros educativos catalanes han publicado programas de radio en la web del *Xtec*.

<sup>1</sup> Jordi Adell es Doctor en Filosofía y Ciencias de la Educación y profesor del Departamento de Educación de la [Universitat Jaume I](#) (la UJI) en Castellón (España), donde da clases de [Nuevas tecnologías aplicadas a la educación](#). También trabaja en el [Centre d'Educació i Noves Tecnologies \(CENT\)](#)

<sup>2</sup> Adell, Jordi (2004). "Tendencias en la educación en la sociedad de las tecnologías de la Información". En *Edertec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*. Núm.17.

### **Publiradio.net: docencia de la radio publicitaria en clave ECTS**

La tercera de las experiencias que vamos a abordar en esta aportación es *Publiradio.net*, un proyecto ideado por el grupo universitario de investigación Publiradio. Publiradio se constituye en el año 2002 y originariamente<sup>3</sup> es el resultado de la unión de seis profesores del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad (CAP) de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB): tres profesores especializados en publicidad y tres profesores especializados en radio. Desde su fundación, Publiradio ha estado trabajando para un mayor conocimiento y reconocimiento de la radio como medio publicitario. A lo largo de sus cinco años de vida Publiradio ha llevado a cabo varios proyectos de investigación siempre relacionados con la radio publicitaria.

A efectos de esta ponencia, nos vamos a centrar en la descripción del aplicativo *on-line* que el grupo desarrolló como herramienta de apoyo e innovación docente para los alumnos de las asignaturas de radio de los estudios de comunicación y, de manera especial, de aquellas que se imparten en la licenciatura de publicidad y relaciones públicas de la UAB dentro del nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En el año 2004 el DURSI (Departamento de Universidades, Investigación y Sociedad de la Información de la Generalitat de Cataluña) eligió a varias universidades para que aplicaran de manera experimental el nuevo sistema común de créditos derivados de la Declaración de Bolonia de junio de 1999 para la creación de un Espacio Europeo de Educación Superior<sup>4</sup>. La Universidad Autónoma de Barcelona fue una de ellas y ésta, a su vez, decidió poner en práctica la prueba piloto dentro de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas. Durante el curso académico 2004-2005, la nueva metodología empezó a implementarse en dos asignaturas de primer curso: *Introducción a la creatividad publicitaria* y *Diseño, composición visual y tecnología en prensa*. En el siguiente curso, 2005-2006, la nueva metodología y el nuevo sistema de créditos (ECTS) pasó a incorporarse a todas las asignaturas de primer y segundo curso. En el curso académico 2006-2007, el plan piloto llega hasta tercer curso y el siguiente año se licenciará la primera promoción formada en este nuevo marco interactivo de aprendizaje en el que el alumno se convierte en responsable activo de la adquisición de conocimientos.

Ante el horizonte de esta nueva realidad docente y los cambios metodológicos que venía a incorporar su implantación, Publiradio se propuso crear un aplicativo *on-line* que sirviera como herramienta de soporte a las diferentes asignaturas de radio. El objetivo principal era la búsqueda de una herramienta que facilitara el aprendizaje autónomo de los alumnos y que permitiera a los estudiantes generar sus propios productos publicitarios radiofónicos tanto a nivel individual como en grupo. El aplicativo empezó a diseñarse y desarrollarse durante el curso académico 2005-2006 y al siguiente año se integró de manera efectiva como herramienta de soporte teórico-práctica dentro de la asignatura *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*<sup>5</sup> que se imparte en segundo curso, primer semestre, de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas.

---

<sup>3</sup> Actualmente el núcleo principal de Publiradio está formado por los profesores Armand Balsebre, catedrático; José M<sup>a</sup> Ricarte, catedrático; Juan José Perona, profesor titular; Mariluz Barbeito, profesora colaboradora y Anna Fajula, profesora colaboradora.

<sup>4</sup> La declaración de Bolonia del 19 de junio de 1999 sienta las bases para la construcción de un "Espacio Europeo de Educación Superior" organizado conforme a ciertos principios (calidad, movilidad, diversidad, competitividad) y orientado hacia la consecución entre otros de 2 objetivos estratégicos: el incremento de empleo en la Unión Europea y la conversión del sistema Europeo de Formación Superior en un polo de atracción para estudiantes y profesores de otras partes del mundo. (Fuente: [www.mec.es/universidades/ees/index.html](http://www.mec.es/universidades/ees/index.html) fecha de consulta: 19/6/07)

<sup>5</sup> Tres miembros del grupo de investigación Publiradio forman parte del cuerpo docente de esta asignatura: Juan José Perona, profesor titular y responsable de la teoría; Mariluz Barbeito, profesora de prácticas –trabajo de guión y locución- y Anna Fajula, profesora de prácticas – parte creativa-.



La estructura de la plataforma *on-line* se diseñó en base a unas líneas prioritarias de actuación. Publi-radio empezó por definir los objetivos que se pretendían alcanzar con la creación y puesta en marcha del aplicativo para, posteriormente, definir los principales apartados que éste debería contener. Los objetivos principales que se marcaron fueron:

Proporcionar a los alumnos una herramienta de autoaprendizaje para la creación de productos publicitarios radiofónicos.

Construir un aplicativo original, intuitivo y útil con recursos e información relacionada con la creatividad, la publicidad y la radio.

Conseguir que los estudiantes se familiarizaran, con independencia de las explicaciones teóricas y las prácticas presenciales, con los códigos expresivos de la voz, la música, los efectos sonoros y el silencio así como con el valor semántico de la planificación sonora y de las figuras del montaje.

Introducir un nivel de innovación inédito en la estructura tradicional del proceso de aprendizaje de los alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UAB en todas aquellas asignaturas relacionadas con la radio y la publicidad. La idea era construir una herramienta cuya transversalidad permitiera su uso y utilidad en otras materias más allá de la asignatura específica de radio publicitaria de segundo curso donde se gestó.

Proporcionar materiales que permitieran alcanzar los objetivos de aprendizaje y la adquisición de las competencias básicas por parte de los futuros licenciados. Los alumnos deben formarse para responder a las demandas del sector.

Animar a la experimentación y a la originalidad en la creación de piezas publicitarias. Por la vía de la innovación, es posible neutralizar la creciente pérdida de interés hacia el medio radio como medio publicitario y, del mismo modo, reducir el nivel de marginación que tiene la creatividad radiofónica dentro del panorama publicitario.

Una vez concretados los objetivos que se pretendían alcanzar con la puesta en marcha de la nueva herramienta, Publi-radio llevó a cabo un estudio y análisis, a modo de autoevaluación interna en la que los alumnos tomaron parte activa, para identificar las principales fortalezas y debilidades que presentaba la docencia de las asignaturas más directamente relacionadas con el proyecto. Una vez terminadas estas fases, y definido el *target*<sup>6</sup> de la futura plataforma, Publi-radio disponía de la información suficiente para empezar a definir los principales apartados y subapartados del aplicativo. Los contenidos se agruparon en 7 grandes apartados: *Noticias, Quién es quién, Fonoteca, Investigación y docencia, Enlaces selección, Sala de prensa y Serviradio*

---

<sup>6</sup> A pesar de que publi-radio.net se creó pensando especialmente en los alumnos como principales usuarios y, por lo tanto, como *target* principal de publi-radio.net, no había que olvidar a todas aquellas personas –docentes, investigadores, etc– interesadas en la publicidad radiofónica y que, por lo tanto, también podían acceder a nuestro *site*.



Aspecto de la 'home' de 'Publiradio.net'

Fuente: <http://www.publiradio.net>. Fecha de consulta: 21-06-07

A nivel de diseño, se optó por crear una web muy limpia, con predominio de blanco para evitar la saturación y desbordamiento cognitivos. Además del blanco, los otros dos colores predominantes son los colores corporativos de PubliRadio: el verde y el gris. En cuanto a la estructura, la plataforma sigue un esquema horizontal con 3 frames claramente diferenciados:

**Cabecera.** Es el elemento de identificación y continuidad. En ella aparecen el nombre del grupo publiradio y los diferentes apartados desplegados que permiten acceder a los distintos subapartados. También encontramos el buscador<sup>7</sup> (icono de la lupa) y el punto de contacto (icono del sobre) con enlace al correo electrónico del grupo.

**Frame central.** Aquí es dónde se muestra el grueso de la información de cada apartado.

**Pie.** Aparecen los créditos y el aviso legal.

## A continuación pasamos a describir los principales apartados del aplicativo.

### *Apartado 1. Noticias*

Este primer bloque se subdivide en dos grandes áreas: noticias y hemeroteca. En el apartado noticias se muestra la información más reciente relacionada con la radio y la publicidad. PubliRadio busca información, la resume y, si se trata de información aparecida en otro medio de comunicación (prensa generalista, revistas especializadas, etc) adjunta la noticia original con un pdf y apunta la

<sup>7</sup> La herramienta del buscador nos permite buscar información por palabras clave y nos muestra los diferentes apartados de la plataforma en los que aparece información relacionada con nuestro criterio de búsqueda. Una herramienta muy útil, desde el punto de vista de usabilidad y operatividad, a medida que el *site* crezca en volumen de información.

fuentes. También en este apartado se incluyen todas las noticias generadas por el observatorio Publiradio<sup>8</sup>. Todas las noticias siguen el mismo formato: se desarrollan de manera resumida para facilitar una primera lectura rápida y se adjunta el documento pdf para ampliar información. Las noticias se muestran ordenadas cronológicamente, de la más reciente a la más antigua.

El apartado hemeroteca está pensado para que se convierta en el archivo de noticias a medida que éstas se vayan actualizando.

### *Apartado 2. Quién es quién*

El segundo apartado consta de cuatro grandes bloques: locutores, creativos, agencias y anunciantes. Todos ellos comparten una estructura muy similar.

*Locutores:* Aquí tienen cabida las principales voces del panorama radiofónico ya que este apartado consiste en una base de datos audiovisual de los profesionales de la locución publicitaria radiofónica. Los campos que contiene este apartado son: fotografía del locutor, nombre y apellidos, breve historia profesional y un corte de voz en formato mp3. El objetivo es que los alumnos se familiaricen con el amplio espectro de registros acústicos y empiecen a reconocer a las voces portadores de los mensajes publicitarios.

*Creativos.* Base de datos de creativos publicitarios del panorama nacional español. La información que se incluye es la siguiente: fotografía, nombre y apellidos, agencia en la que trabaja actualmente, datos de contacto y una breve historia profesional en la que se describe su trayectoria y se destacan sus principales trabajos en publicidad radiofónica.

*Agencias de publicidad.* Base de datos de las principales agencias en España. De cada una de ellas se ofrece el logotipo, el nombre de la agencia, los datos de contacto y un breve historial desde el punto de vista radiofónico.

*Anunciantes.* Este apartado está dedicado a los principales anunciantes del medio radio desde el punto de vista de inversión (en base a datos infoadex). Se adjunta el logotipo, nombre del anunciante, datos de contacto y se hace un breve recorrido a su historia profesional.

Al igual que en el apartado de noticias, el internauta tiene un primer acceso visual a una breve descripción y la información es ampliable a través de documentos pdf adjuntos.

### *Apartado 3. Fonoteca*

En este bloque se pone a disposición de los usuarios una base sonora de productos publicitarios radiofónicos, principalmente cuñas publicitarias -el formato publicitario predominante en la radio española actual-, con el fin de que conozcan la estructura, evolución y tendencias de la creatividad aplicada a publicidad radiofónica y se familiaricen con los estilos y las estrategias creativas dominantes. El apartado fonoteca cuenta, a su vez, con tres categorías: cuñas selección, archivos publiradio y cuñas temporada.

*Cuñas selección.* Como su nombre indica, se ofrecen productos publicitarios radiofónicos que, desde el punto de vista de publiradio, destacan por la utilización del valor expresivo del lenguaje radiofónico, por la estrategia creativa o, al contrario, por el mal uso de todos estos elementos. Aquí se pueden encontrar cuñas desde la década de los años 40 del siglo XX hasta la actualidad. Todas las piezas cuentan con una ficha descriptiva y el producto sonoro en formato mp3. Dentro de este apartado se encuentra el top 5; una categoría en la que se pretende que se muestren las mejores

---

<sup>8</sup> En este caso no se trata de noticias que hayan aparecido en los medios tal y como las mostramos en nuestra web. A partir de estudios, investigaciones, cruces de noticias o búsquedas, publiradio elabora una información que convierte en hecho noticiable.

piezas publicitarias radiofónicas. Actualmente el sistema elabora automáticamente el ranking de manera aleatoria de manera que el ranking existe pero no es operativo.

*Archivos publradio.* Este apartado está pensado para que funcione de forma similar a como funciona el apartado hemeroteca respecto al apartado noticias. El archivo debería convertirse, con el paso del tiempo, en la mediateca dónde se vayan almacenando las diferentes piezas publicitarias radiofónicas.

*Cuñas temporada.* Acceso a las cuñas que están sonando actualmente en las distintas emisoras generalistas españolas o a las que han sonado recientemente. También se incorporan en este apartado las piezas premiadas en los últimos festivales publicitarios. El objetivo de este apartado es ofrecer las piezas más actuales. Con el paso del tiempo, se trasladan a uno de los otros subapartados, archivos y/o selección.

#### *Apartado 4. Investigación y docencia*

El objetivo de este apartado es facilitar un espacio docente para todos los alumnos y demás personas interesadas en la publicidad radiofónica. En este bloque encontramos los apartados: aula virtual, formación, investigación y revista Publradio.

*Aula virtual.* En el aula virtual encontramos los recursos sonoros (efectos, músicas, separadores) que permiten a los alumnos crear sus propios productos radiofónicos. También pueden acceder a las lecciones, unidades docentes que completan el temario presencial. Las lecciones están clasificadas según los principales parámetros teóricos de las materias de radio publicitaria: guión, lenguaje radiofónico, creatividad, estructura del sistema radiofónico, audiencias, gestión y producción, y otros.

*Formación.* Engloba otro tipo de recursos pedagógicos tales como videos de clases magistrales, conferencias, presentaciones, etc.

*Investigación.* Este subapartado pretende ser un aparador de las últimas novedades en investigación dentro del ámbito de la publicidad radiofónica. Se incluye tanto la producción científica del grupo de investigación publradio como la que se produce dentro y fuera del mundo universitario.

*Revista publradio.* La revista es una apuesta a largo término. Quiere convertirse en un vehiculador de las aportaciones de los investigadores, profesionales y docentes que quieran dar a conocer las últimas aportaciones en este campo. En definitiva, un punto de encuentro entre los diferentes agentes que conforman el sector publicitario radiofónico. Actualmente aún no está en funcionamiento.

#### *Apartado 5. Enlaces selección*

Selección de enlaces para profundizar en el conocimiento de la publicidad radiofónica. Los enlaces están organizados según las categorías siguientes: Locutores y estudios de grabación/sonido; agencias y asociaciones de agencias publicitarias; creativos y asociaciones de creativos; anunciantes y asociaciones de anunciantes; emisoras de radio; formación (recursos en línea); investigación (enlaces a centros nacionales y extranjeros); publicaciones (revistas y publicaciones especializadas).

#### *Apartado 6. Sala de prensa*

En este apartado se ofrece información sobre las actividades que va desarrollando el grupo de investigación Publradio. Del mismo modo, se puede consultar información relativa al grupo de investigación y a sus miembros.

### *Apartado 7. Serviradio*

Bajo este nombre se encuentra el "contacta con nosotros". Publi-radio realiza servicios de consultoría y puede ofrecer cursos de formación personalizados relacionados con el ámbito de la publicidad radiofónica. Las empresas y/o particulares que deseen plantear alguna propuesta o hacer alguna consulta lo pueden hacer a través de este apartado. El "contacta con nosotros" también está representado a través del icono del sobre de correo (siempre presente) que se encuentra en la cabecera del *site* (al lado del buscador) y que permite al internauta enviar un correo electrónico a Publi-radio (gr.publi-radio@uab.cat)

### **Conclusión**

Las diferentes iniciativas analizadas en esta aportación ponen de relieve el crecimiento que, gracias a los avances tecnológicos, está experimentando la educación en comunicación audiovisual, especialmente aquella que se sirve de las posibilidades que ofrece Internet. Esta circunstancia ha propiciado que algunas de las modalidades educativas de la radio hayan entrado en una etapa de clara expansión, como es el caso de las radios escolares y universitarias, las cuales no han dudado en aprovechar la Red como una plataforma de difusión de los programas que realizan los centros que cuentan con emisora. Sin embargo, frente a esta realidad, otras modalidades educativas de la radio han sucumbido ante las políticas programáticas imperantes en los distintos sistemas radiodifusores, con operadores más preocupados por la emisión de espacios económicamente rentables que por su condición de servicio público, un hecho que se está saldando con la desaparición de espacios destinados a la audiencia infantil que presentaban contenidos radiofónicos con un alto valor pedagógico.

### **Bibliografía**

- Adell, Jordi (2004). "Tendencias en la educación en la sociedad de las tecnologías de la Información". Edertec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, 17. (<http://www.uib.es/depart/gte/revelec7.html>)
- Arteaga C. et al. (2004) "La radio como medio para la educación". Razón y Palabra, 36.
- Merayo, Arturo (2000) "Identidad, sentido y uso de la radio educativa". Actas del III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación, Universidad Pontificia de Salamanca: 387-404.
- Oliva, Mercè (2006): "Panorámica de la educación en comunicación audiovisual". Quaderns del Cac, 25: 35-37.
- Perona, J.J. (2001): "Radio escolar en Internet: un proyecto pedagógico para la era digital". Red Digital. Revista de Tecnologías de la Información y Comunicación Educativas, 1. (<http://reddigital.cnice.mec.es/1/>).

### **Webs consultadas**

- <http://phobos.xtec.cat/audiovisuals/radio>
- <http://www.mec.es/universidades/ees>
- <http://www.publi-radio.net>
- <http://www.radioecca.org>
- <http://recursos.cnice.mec.es/media>

**Juan José Perona Páez** es profesor titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Doctor en Ciencias de la Información, actualmente forma parte del equipo de investigación *Publiradio*. Especialista en comunicación radiofónica, cuenta en su haber con numerosas publicaciones relacionadas con este medio. Ha sido decano de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB y Delegado del Rector para la Calidad de la Docencia en la citada Universidad.

**Mariluz Barbeito Veloso** es profesora colaboradora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Ha sido profesora propia en la Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación de la Universidade de Vigo (1998-2001). Centra su trabajo académico en el medio radio. Actualmente forma parte del grupo de investigación *Publiradio*.

**Anna Fajula Payet** es profesora colaboradora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Miembro del grupo de investigación *Publiradio*, es especialista en creatividad publicitaria y profesora del módulo de Nuevas tecnologías aplicadas a la comunicación del Master en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional (on-line) .