

● Juan José Perona
Barcelona (España)

Recibido: 03-10-08 / Revisado: 27-01-09
Aceptado: 12-05-09 / Publicado: 01-10-09

DOI:10.3916/c33-2009-03-001

Edu-webs radiofónicas: experiencias españolas de educación en medios

Radio Edu-webs: Spanish Experiences of Media Education

RESUMEN

Las posibilidades que brinda Internet, pero muy especialmente su potencial interactivo, están favoreciendo la emergencia de auténticas plataformas audiovisuales en línea cuyo objetivo fundamental es la educación en medios. Este artículo analiza las edu-webs surgidas en España en el terreno de la comunicación radiofónica y apunta sus beneficios en los distintos niveles de enseñanza. Además, el texto revisa las diferentes modalidades educativas de un medio que, en plena era digital, enriquece su oferta con espacios multimedia complementarios e incorpora herramientas que posibilitan una constante interacción emisor-receptor que neutraliza el carácter secuencial, la fugacidad y la verticalidad propia de la radiodifusión analógica.

ABSTRACT

The possibilities offered by Internet, but especially its interactive potential, have helped to the emergence of real on-line audiovisual platforms whose fundamental aim is media education. This article analyzes the edu-webs that have arisen in Spain within the field of radio communication, and points out their benefits at the different levels of education. Furthermore, this text revises the different educational modalities of a medium which, in the digital age, enriches its offer with complementary multimedia spaces and incorporates the necessary tools for a constant sender-receiver interaction that neutralizes the sequential character, the fleetingness and the vertical position of analogue broadcasting.

PALABRAS CLAVE / KEY WORDS

Comunicación radiofónica, educación, Internet, edu-web, interacción.
Radiophonic communication, education, Internet, edu-web, interaction.

◆ Dr. Juan José Perona Páez es profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la Universidad Autónoma de Barcelona (juanjose.perona@uab.cat).

1. Introducción

Los avances tecnológicos en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación han permitido que las distintas modalidades educativas de la radio hayan experimentado un notable crecimiento y han propiciado que, gracias a Internet, afloran nuevas formas de creación, emisión y difusión de los contenidos. Así, mientras que en las regiones más desfavorecidas del planeta la radio sigue siendo un instrumento esencial de formación básica a distancia (Tiffin & Rajasinghama, 1997; Arteaga, 2004), en los países más avanzados son cada vez más numerosas las emisoras en línea —escolares, universitarias, formativas, etc.—, que, valiéndose del potencial de la Red, enriquecen su oferta con espacios multimedia complementarios, y otras utilidades (foros, blogs, chat, etc.) que no sólo facilitan una constante interacción emisor-receptor, sino que también anulan el carácter secuencial, la fugacidad y la verticalidad propia de la radiodifusión analógica. Pero con independencia del desarrollo de la radio en la web, en los últimos años también han visto la luz diferentes iniciativas de educación en este medio a través de Internet —lo se podría denominar edu-webs radiofónicas—, que, dadas sus cualidades, se han convertido en herramientas pedagógicas de referencia dentro y fuera de nuestras fronteras. Entre esas edu-webs, en España destacan sobre todo aquellas que cuentan con el apoyo de instituciones públicas, como Media Radio, un recurso en línea del extinto Centro Nacional de Comunicación e Información Educativa (CNICE, ahora ISFTIC), Xtec-Ràdio, una plataforma impulsada por el Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya para potenciar y fomentar el uso de la radio en la escuela, y PubliRadio.net, un aplicativo on-line de innovación docente financiado por la administración catalana 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.

A estas propuestas podría unirse en breve el proyecto Mediascopio, un portal educativo sobre comunicación con recursos y orientaciones para profesores, alumnos y familias auspiciado por el Ministerio de Educación y la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE).

El principal objetivo de este artículo es analizar las edu-webs radiofónicas surgidas recientemente, con el fin de llevar a cabo una aproximación a aquellas experiencias encaminadas a trabajar la radio como uno de los ejes para la educación en medios (Oliva, 2006; Pé-

rez Tornero, 2005). Sin embargo, el maridaje entre radio y educación invita a reflexionar sobre las diferentes formas de manifestación de una relación que parece diversificarse, en un momento en el que, en el ámbito de la radiodifusión con fines educativos, tradición y modernidad confluyen en un mundo desigual.

Hoy en día es posible sintonizar, con un simple transistor, un programa destinado a mermar el grado de analfabetismo de una determinada comunidad, como también lo es, por ejemplo, escuchar la programación habitual de una emisora norteamericana en tiempo real mediante un dispositivo con conexión a Internet desde cualquier lugar, participar en un foro de discusión, opinar, visualizar los rostros de las principales voces de los locutores, personalizar la audición de programas ya emitidos, «podcastear», etc.

2. Modalidades de radio educativa en la era digital: el concepto de radio educativa

Hablar de modalidades educativas de la radio permite, entre otras cosas, salvar el escollo que históricamente ha supuesto utilizar de manera arbitraria el concepto de emisora o radio educativa, en tanto que bajo esta denominación se agrupan, como sostiene Merayo (2000), distintos tipos de estaciones: instructivas, comunitarias, populares, formativas, etc.

Por otra parte, la acepción por la que aquí se aboga posibilita también el encaje de iniciativas como las citadas anteriormente, así como el conjunto de aquellos programas con fines educativos que, en ocasiones, ocupan parte de la parrilla de las cadenas convencionales.

Este tipo de espacios, que otrora tuvieron una destacada presencia en la oferta generalista¹, apenas tienen cabida en la radio de nuestros días; una radio tremendamente comercial y escasamente diversificada que obedece, como concluyen Gutiérrez y Huertas (2003: 134), «al predominio de una política programática basada en la competencia directa». Téngase en cuenta que, en las emisoras generalistas españolas, la información y el entretenimiento acaparan aproximadamente el 70% de la programación, mientras que el deporte ocupa algo más del 10%. El porcentaje restante se consagra a la música y a los espacios de participación, y en menor medida a la cultura, la educación, la religión y otros macrogéneros tan minoritarios como la ficción, que sólo tiene una presencia esporádica y testimonial en las redes de titularidad pública. En cualquier caso, las distintas formas de manifestación de la radio con fines educativos dibujan un escenario en el que, en la actualidad, conviven diferentes modalidades.

2.1. Emisoras de centros educativos

Bajo este epígrafe se incluirían todas aquellas estaciones surgidas en un centro educativo, con independencia de que en dicho centro se impartan enseñanzas regladas de primaria, secundaria, o de nivel universitario. Estas emisoras –todas ellas con presencia en Internet– cuentan con parrillas programáticas que, en el caso de las escuelas, suelen estar compuestas por espacios adaptados a cada etapa formativa y con contenidos integrados básicamente en las áreas de Lengua, Conocimiento del Medio y Música. Recitales de poesía, cuenta-cuentos, adivinanzas, trabalenguas, recetas de cocina, entrevistas a personajes locales, reportajes con motivo de celebraciones tradicionales –Navidad, Carnaval, etc.–, o comentarios sobre la actualidad, conforman la oferta de estos operadores. Los centros de primaria y secundaria con emisora escolar suelen implicar a la totalidad de los alumnos, por lo que las actividades radiofónicas son objeto de planificación, seguimiento y evaluación.

En el caso de las redes universitarias, una de sus principales características es su programación mosaico, con una oferta netamente diversificada compuesta por numerosos espacios en los que tienen cabida todo tipo de géneros y temas. Las universitarias son estaciones que fomentan la radio-creación y se consagran como una alternativa a los contenidos imperantes en la radio generalista, donde, como se decía, se suceden grandes bloques de información y entretenimiento. Son, igualmente, una clara opción a aquéllos otros contenidos que conforman la oferta especializada, en la que el formato musical «Contemporary Hit Radio» sigue siendo la fórmula más explotada. En 2008, las radios universitarias españolas sobrepasaban la decena.

2.2. Emisoras formativas

Es decir, todas aquellas redes con una programación de carácter fundamentalmente docente, por lo que su espíritu es claramente formativo. En España, por ejemplo, los máximos exponentes de esta modalidad se encuentran en Radio Ecce, así como en La Radio de la UNED. Radio Ecce (www.radioecce.org) presenta una amplia oferta, en la que se pueden sintonizar 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). Por su parte, la programación de la UNED –referida básicamente a las titulaciones y las actividades de esta Universidad–, se emite a través de Radio 3 FM (RNE), de lunes a viernes de 06:00 a 07:00 horas, y sábados y domingos de 06:00 a 09:00 horas, durante el curso lectivo (octubre-mayo). Todos los programas se pueden escuchar y descargar desde TeleUNED.

El bajo coste económico que, comparado con otros medios, supone poner en marcha una emisora de radio contribuyó a que durante la segunda mitad del siglo XX afloraran emisoras formativas en muchas zonas del mundo, sobre todo en las áreas más deprimidas, donde todavía hoy los escolares deben recorrer hasta 100 kilómetros para ir a clase. Así sucedió, por ejemplo, en la República Dominicana, cuando en 1981 se puso en marcha el proyecto gubernamental Radio Educativa Dominicana con el fin de llevar la educación básica a aquellos niños de 7 a 14 años de edad que, por distintas razones, no tenían acceso a la escuela.

RELACIÓN DE EMISORAS UNIVERSITARIAS ESPAÑOLAS (2008)

| Emisora | Universidad | URL |
|---------------------|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| EUB-Radio | Universidad de Barcelona | www.eubradio.org |
| La Radio de la UNED | Universidad Nacional de Educación a Distancia | www.uned.es/cemav/radio.htm |
| Radio Autónoma | Universidad Autónoma de Madrid | www.uam.es/ra |
| Radio Complutense | Universidad Complutense de Madrid | www.ucm.es/info/radiocom/I.U.C.R-UCM/INICIO.html |
| Radio Campus | Universidad de La Laguna (Tenerife) | www.rcampus.net |
| Radio UHM | Universidad de Alicante | radio.uhm.es |
| Radio Universidad | Universidad de Salamanca | www.usal.es/~radiouni |
| Radio Universitaria | Universidad de León | www3.unileon.es/ondas |
| UniRadio | Universidad de Huelva | www.uhu.es/uniradio |
| UPF Ràdio | Universidad Pompeu Fabra (Barcelona) | www.upf.edu/upfradio |
| UPV Radio | Universidad Politécnica de Valencia | www.upv.es/radiofi/ |
| Villaviciosa Radio | Universidad Europea de Madrid | www.uem.es/es/que-pasa-en-la-uem/noticias/radio |
| 98.3 Radio | Universidad de Navarra | www.unav.es/98.3 |

la formal. En la actualidad, su programación se puede seguir desde cualquier rincón del Planeta (www.red-fm.gob.do/programacion.htm).

2.3. Emisoras socio-formativas

Aquí se englobarían todas aquellas redes que, sin tener una programación estrictamente docente, presentan una oferta presidida por espacios de educación en valores, educación para la salud, cultura e identidad cultural (Hendy, 2000). Las comunitarias, así como otras estaciones surgidas en el seno de sociedades en vías de desarrollo, conforman el conjunto de estos operadores, especialmente en África y América Latina. Radio Watana (en Mozambique), Radio Xejmn-La voz de los cuatro pueblos (en México) o Radio Favela (en Brasil) son algunos ejemplos ilustrativos, como también lo es Radio Pública Africana (Burundi), cuyo fundador, el periodista Alexis Sinduhije, aseguraba en una entrevista publicada el 20 de julio de 2008 en «El País Semanal» que su obsesión «era dar la palabra a los que no tenían voz». En los países más avanzados, también existen redes (comunitarias, libres, asociativas, etc.), cuyo objetivo es promover una programación alternativa a la de las grandes cadenas de radio, con contenidos de interés político, social y cultural más próximos a la ciudadanía, y con unas fórmulas más populares de acceso y participación.

2.4. Programas educativos

La apuesta de algunas cadenas por incluir en sus parrillas contenidos destinados a la población infantil

es otra manera de explotar las posibilidades educativas que ofrece el medio. Sin embargo, y pese al alto valor didáctico demostrado por espacios como Patim Patam Patum (de la ya extinta Catalunya Cultura) o Plis Plas (Radio Galega), hoy en día han desaparecido prácticamente de la oferta generalista en muchos países. No obstante, las posibilidades interactivas de Internet están propiciando, también en este caso, la emergencia de fenómenos como el de COMRàdio (Cataluña-España), un operador que, con la puesta en antena de un concurso en el marco del programa Dignes Com logró que, en el curso 2007/08, más de 10.000 alumnos de 180 escuelas catalanas participaran en una propuesta radiofónica cuyo objetivo era «fomentar la comunicación, potenciar la difusión del medio y mejorar las habilidades lingüísticas, tanto orales como escritas, de los jóvenes de Cataluña» (www.dignescom.cat).

Por otra parte, en los últimos años hemos asistido también a la consolidación de radio webs destinadas exclusivamente al público infantil, como la francesa Radio Junior (www.radiojunior.com) o la colombiana Colorin Colorradio (www.colorincolorradio.com).

2.5. Edu-webs radiofónicas

Bajo esta denominación se incluirían, como ya se ha avanzado, aquellas empresas que a través de la Red están encaminadas a trabajar la radio como uno de los ejes principales para la educación en comunicación audiovisual. En este sentido, destacan proyectos como los ya mencionados Media Radio, Xtec-Ràdio o Publi-radio.net, en el caso de España. A estas experiencias se suman otras iniciativas similares, como Radioclick (Colombia), e incluso algún portal impulsado por medios de comunicación, como el caso de Edu3.cat, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

3. Media Radio: una edu-web para comprender y experimentar con la radio

Media Radio (<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/index.html>), que se enmarca dentro de la serie de recursos Media (televisión, prensa, cine, publicidad y radio), del antiguo CNICE (ahora Instituto Superior de Formación y Recursos para el Profesorado (ISFTIC), está destinado especialmente a los estudiantes de Secundaria y trata en profundidad la mayoría



Media Radio (<http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/index.html>)

de los temas relacionados con la comunicación radiofónica. Media Radio² 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, expresivas y creativas.

Cada una de las secciones citadas está plagada de imágenes fijas, de imágenes en movimiento y de archivos sonoros que ilustran y completan las distintas explicaciones, además de incorporar actividades interactivas que facilitan el aprendizaje y fijan aspectos clave sobre la historia del medio, la producción del sonido, la redacción, la locución, etc.

En «La comunicación radiofónica», por ejemplo, se examinan en profundidad los componentes del lenguaje radiofónico: voz, música, efectos sonoros y silencio (Gutiérrez y Perona, 2002; Balsebre, 1994), 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, entre otros, contenidos como la redacción y la locución, el guión, la planificación sonora, la arquitectura del espacio y del movimiento, el montaje, la narración, y la construcción del tiempo en radio.

Junto con los bloques temáticos comentados, 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 esas prácticas, resultan de especial interés las de redacción, mediante las que al alumno se le propone la adecuación de textos informativos a las especiales características que impone el canal —claridad, simplicidad, redundancia, etc.—, así como la de la confección de un guión técnico-literario a partir de un fragmento radiofónico.

Media Radio es una edu-web a la que recurren habitualmente los responsables de organizar las actividades radiofónicas en aquellas escuelas en las que se ha integrado el medio en el

proceso de aprendizaje de los estudiantes. Además, la aplicación se ha convertido en una referencia de tal magnitud que en rastreadores como Google aparece citada en primer lugar cuando se introducen términos de búsqueda como producción radiofónica ó programación radiofónica.

4. Xtec-Ràdio: impulso de la radio en la escuela

El Xtec-Ràdio (<http://phobos.xtec.cat/audiovisuals/radio/>) es una iniciativa del Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya, el cual, a través de su red telemática educativa (Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya-XTEC) fomenta, entre otras cosas, la implantación de la radio en los centros escolares públicos de esta comunidad autónoma. Se trata de una plataforma que, ante todo, pretende promocionar la radio escolar por Internet y favorecer la interacción entre los diferentes centros y su entorno.

El eje sobre el que pivota el Xtec Ràdio es el de poner al alcance de las escuelas la posibilidad de introducirse en el funcionamiento del medio, al tiempo que los estudiantes aprenden a dar a sus trabajos un formato radiofónico. Dichos trabajos, ahora programas, se emiten a través del portal Xtec. De esta forma, se completa la formación de los alumnos desde una doble vertiente. Por un lado, aprenden a adaptar sus mensajes a las peculiaridades de un lenguaje, el radiofónico, especialmente rico en valores expresivos. Por otro lado, los niños y las niñas desarrollan la capacidad de entender los códigos textuales y sonoros propios de la radio.

Xtec-Ràdio (<http://phobos.xtec.cat/audiovisuals/radio/>) (20-09-08).

Se trata de una edu-web mediante la que a los alumnos se les invita a consultar y trabajar con diferentes elementos para desarrollar sus habilidades como comunicadores radiofónicos, al tiempo que pueden encontrar múltiples utilidades para potenciar el uso de la radio. Así, en el menú principal del Xtec-Ràdio, se observa que el primer apartado es el de «Soportes y materiales», una sección en la que se dispone de editores, conversores, reproductores, etc. Por su parte, en el bloque «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 de cada nivel educativo: Parvulario, Primaria, Secundaria o Bachillerato.

En la sección «Lenguaje radiofónico», los estudiantes, a través de una serie de lecciones, pueden profundizar sobre los aspectos esenciales de la comunicación radiofónica y sus códigos. Una breve historia del medio, sus sistemas expresivos, el montaje, 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 atractivos es el denominado Webquest Ràdio, donde se pueden localizar algunos ejemplos de los sistemas Webquest, así como un par de experiencias podcast en inglés. Del mismo modo, también resulta de especial interés la «Biblioteca de sonidos», un bloque con recursos sonoros desde el que se puede descargar todo tipo de efectos, además de fragmentos musicales de todas las épocas y estilos.

El menú del Xtec-Ràdio se completa con un foro que permite a la comunidad escolar comunicarse mediante mensajes, a través de las diferentes carpetas operativas puestas a su disposición sobre novedades, problemas técnicos, etc., y con el apartado «Enlaces y Escuelas». Estas páginas conectan con otras iniciativas sobre la radio como recurso educativo.

Señalar, finalmente, que esta edu-web incorpora una emisora de radio por Internet cuya programación se construye a partir de los espacios producidos por las escuelas que participan en esta iniciativa. Un menú de radio a la carta permite escuchar los trabajos que los propios centros se encargan de colgar a través de «Pública Xtec-Ràdio». En 2008, cerca de 60 centros educativos catalanes habían publicado programas de radio en esta web.

5. Publiradio.net: docencia de la radio publicitaria en clave europea

La tercera de las experiencias que vamos a abordar es Publiradio.net (www.publiradio.net), ideada por el grupo de investigación e innovación docente

Publiradio, del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). Publiradio se constituye en el año 2002 y originariamente³ es el resultado de la unión de seis profesores: 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 (Balsebre y otros, 2006) y, con independencia de crear la edu-web Publiradio.net, a lo largo de su trayectoria ha llevado a cabo varios proyectos de investigación siempre relacionados con la radio publicitaria. La web Publiradio.net nace en 2004 como un proyecto de innovación en el marco de la nueva metodología docente derivada, como se señalaba en la introducción, de la implantación del crédito ECTS y la creación del Espacio Europeo de Educación Superior. En este contexto, la pretensión de sus creadores era diseñar un aplicativo on-line que sirviera como una herramienta de soporte a las diferentes asignaturas de radio, que facilitara el aprendizaje autónomo de los alumnos, y que permitiera a los estudiantes generar sus propios productos publicitarios radiofónicos.

Los contenidos de Publiradio.net se agrupan en siete grandes bloques. Entre los que presentan un claro interés para la docencia destaca el apartado «Noticias», donde se muestra –y posteriormente se almacena en la «Hemeroteca»–, la información más reciente relacionada con la radio y la publicidad. Publiradio busca información, la resume y, si se trata de un texto aparecido en otro medio de comunicación (prensa generalista, revistas especializadas, etc.) adjunta la noticia original con un pdf y apunta la fuente. También se incluyen todas las noticias generadas por el observatorio Publiradio.

Junto a las «Noticias», «Quién es quién» se revela igualmente como un bloque destinado esencialmente a los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas, puesto que incluye numerosos archivos sobre los principales agentes de la actividad publicitaria radiofónica (locutores, creativos, agencias y anunciantes). Así, por ejemplo, el apartado «Locutores» es una base de datos audiovisual sobre los profesionales de la locución publicitaria radiofónica que incluye fotografía, 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 las voces portadoras de los mensajes. Lo mismo sucede con «Creativos», un apartado que reúne a los creativos publicitarios españoles más prestigiosos, con la inclusión de su fotografía,

nombre y apellidos, agencia en la que trabajan actualmente, datos de contacto y una breve historia profesional en la que se describen sus principales trabajos en publicidad radiofónica.

La «Fonoteca», por su parte, pone a disposición de los internautas una base sonora de anuncios con el fin de que conozcan la estructura, la evolución y las tendencias de la creatividad aplicada a publicidad radiofónica, así como los estilos y las estrategias creativas dominantes. La «Fonoteca» cuenta a su vez con tres categorías: «Cuñas selección», «Archivos Publiradio» y «Cuñas temporada». En «Cuñas selección» se presentan productos publicitarios radiofónicos que 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. Se pueden encontrar cuñas desde la década de los años cuarenta del siglo XX hasta la actualidad. «Archivos Publiradio» está pensado para que funcione de forma similar a como lo hace la Hemeroteca en el caso de Noticias, por lo que está llamado a convertirse, con el paso del tiempo, en la mediateca dónde se vayan almacenando las diferentes piezas publicitarias radiofónicas. Finalmente, «Cuñas temporada» incluye las inserciones que están sonando actualmente en las principales emisoras

radiofónica. Se subdivide en: «Aula virtual», «Formación», «Investigación» y «Revista Publiradio» (en construcción). En el «Aula virtual» se disponen 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. Por su parte, «Formación» engloba otro tipo de recursos pedagógicos tales como vídeos de clases magistrales, conferencias, presentaciones, etc., mientras que Investigación es un aparador de las últimas novedades en investigación dentro del ámbito de la publicidad radiofónica.

El aplicativo se completa con las secciones de «Enlaces selección», «Sala de prensa» (información sobre las actividades que va desarrollando el grupo Publiradio) y «Serviradio», un servicio mediante el que, además de dar respuesta a las consultas que se formule cualquier internauta, se potencia la tutoría virtual en las asignaturas de radio publicitaria a través del correo electrónico (gr.publiradio@uab.cat).

Desde su puesta en marcha, la edu-web Publiradio.net se ha convertido en un recurso docente que, entre otras cosas, fomenta el trabajo autónomo entre los alumnos, pero también se ha revelado como una herramienta pedagógica sin precedentes en el terreno de la ciberdocencia universitaria sobre publicidad radiofónica.

Al estudiante se le ofrece la posibilidad de interactuar con un instrumento que le va a permitir, por ejemplo, seleccionar, escuchar, descargar y manipular un elemento sonoro para la elaboración de una cuña de 30 segundos, visitar los principales estudios de sonido, repasar una lección, analizar las voces más significativas de la publicidad radiofónica española, escuchar piezas publicitarias históricas, o conocer las investigaciones más recientes sobre publicidad radiofónica.



Publiradio.net (www.publiradio.net) (24-09-08).

españolas o las que han sonado recientemente, además de las piezas premiadas en los últimos festivales publicitarios.

El apartado «Investigación y docencia» es quizás el más interactivo de los que conforman Publiradio.net. Su objetivo es facilitar un espacio docente para todos los alumnos y demás personas interesadas en la publi-

6. Conclusión

Las diferentes iniciativas analizadas en esta aportación ponen de relieve el crecimiento que está experimentando la educación en comunicación, especialmente aquella que se sirve de las posibilidades que ofrece Internet. Esta circunstancia ha ayudado a 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.

El desarrollo tecnológico ha favorecido también la aparición de edu-webs cuyo objetivo fundamental es la educación en comunicación audiovisual, con el fin de fomentar, en sintonía con las apreciaciones de Aguaded (2005, 31), el uso de «técnicas y procedimientos que permitan al alumnado su análisis y uso como lenguajes propios». En el caso de España, una de las más representativas de esta tendencia es Media Radio, que se erige como una potente herramienta online destinada a las escuelas, con el objetivo de que los estudiantes, especialmente los de Secundaria, conozcan el medio radiofónico en profundidad y se animen a trabajar con él. Éste es también el objetivo de Xtec-Ràdio, que persigue el uso de la radio en la escuela y la familiarización de los niños y las niñas de la Comunidad Autónoma de Cataluña con un medio que, en aquellos centros en los que se ha incorporado, se ha revelado, entre otras cosas, como un instrumento capaz de fomentar y reforzar el trabajo en equipo; mejorar la expresión oral y escrita entre los estudiantes; aumentar de forma significativa el uso de la biblioteca; favorecer la integración del alumno, aproximándolo a su entorno; y dinamizar la comunicación entre la comunidad escolar.

Por otra parte, examinadas sus prestaciones docentes, Publi-radio.net se presenta como una edu-web muy útil para estimular el trabajo autónomo de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas y, especialmente, para favorecer la creación de publicidad radiofónica. Además, dadas sus prestaciones interactivas, con la ayuda de esta plataforma on-line, los alumnos gestionan buena parte del proceso de aprendizaje, en tanto que son ellos los que deciden cómo aprovechar todos y cada uno de los recursos puestos a su disposición como complemento a la enseñanza presencial. Sin embargo, frente a esta realidad derivada de la convergencia tecnológica, 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 didáctico.

Notas:

¹ En los últimos años, los programas más relevantes se podían sintonizar en las emisoras autonómicas. En este sentido destacan el mítico Plis Plas (Radio Galega), desaparecido en 2006, o el espacio de

la también extinta Catalunya Cultura Patim, Patam, Patum. Se trataba de espacios en los que se intentaba utilizar la radio para despertar la imaginación entre la audiencia infantil y en los que tampoco faltaban las lecturas de poemas, la música clásica y étnica –con el fin de que la audiencia se aproximara a otras culturas–, los recorridos por lugares de interés histórico y artístico, los temas de actualidad relacionados con la naturaleza, y la información, a modo de agenda, sobre actividades de interés para los más pequeños. Como ya se ha dicho en otra ocasión (Perona & Barbeito, 2007), estos programas heredaron buena parte de los objetivos y las pretensiones de aquellos otros que, en la década de los ochenta (Gutiérrez, 1986) y principios de los 90, llegaron a conformar una oferta mucho más consistente que la que la radio nos ofrece en la actualidad. Nos referimos, por ejemplo, a Peques (Radio Cadena Española); Super Baby (Radio Barcelona); o Niñolandia (Radio Miramar), donde la educación se combinaba, en mayor o menor medida, con la diversión, mediante la incorporación de secciones en las que se introducían cuentos, dramatizaciones, concursos, adivinanzas, etc.

² Media Radio, coordinado por el profesor Juan José Perona, es un proyecto en el que también colaboran Mariluz Barbeito, profesora de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UAB, y Josep Antoni Teixidó, licenciado en Ciencias de la Información y ex director de Montcada Comunicació.

³ Actualmente el núcleo principal de Publi-radio está formado por los profesores de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UAB: Armand Balsebre, José M^a Ricarte, Juan José Perona, Mariluz Barbeito y Anna Fajula.

Referencias

- AGUADED, J.I. (2005). Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual. *Comunicar*, 24; 28-34
- ARTEAGA C. & OTROS (2004). La radio como medio para la educación. *Razón y Palabra*, 36; (www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n36/carteaga.html) (24-09-08).
- BALSEBRE, A. (1994). El lenguaje radiofónico. Madrid: Cátedra.
- BALSEBRE, A. & OTROS (2006). *Los mitos de la publicidad radiofónica. Estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española*. Madrid: Cátedra.
- EL PAÍS SEMANAL (Ed.) (2008). Entrevista a Alexis Sinduhije. (20-07-08); 30-35. Madrid: El País.
- GUTIÉRREZ, M. & HUERTAS, A. (2003). La programación de las radios generalistas en España. *Zer*, 15; 117-135.
- GUTIÉRREZ, M. & PERONA, J.J. (2002). *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch.
- GUTIÉRREZ, M. (1986). *Los programas infantiles en la radio y televisión*. Tesis doctoral. Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- HENDY, D. (2000). *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- MERAYO, A. (2000). Identidad, sentido y uso de la radio educativa. *III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación*. Salamanca: Universidad Pontificia; 387-404.
- OLIVA, M. (2006). Panorámica de la educación en comunicación audiovisual. *Quaderns del CAC*, 25; 35-37.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (2005). Hacia un nuevo concepto de educación en medios. *Comunicar*, 24; 21-24.
- PERONA, J.J. & BARBEITO, M.L. (2007). Modalidades educativas de la radio en la era digital. *Icono 14*, 9 (www.icono14.net/revista/num9/articulos/08.pdf) (24-09-08).
- TIFFIN, J. & RAJASINGHMA, L. (1997). *En busca de la clase virtual. La educación en la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.