

# EL USO DE PUBLIRADIO.NET ENTRE LOS ESTUDIANTES DE PUBLICIDAD Y RR.PP.: INNOVACIÓN, INTERACCIÓN Y REFUERZO PARA LA DOCENCIA

Armand Balsebre

M<sup>a</sup> Luz Barbeito

Anna Fajula

Juan José Perona

José María Ricarte

[gr.publiradio@uab.cat](mailto:gr.publiradio@uab.cat)

Profesores del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la UAB y  
Miembros del equipo de investigación Publiradio

## Resumen

Tras un recorrido por las principales características de la edu-web radiofónica *Publiradio.net*, el objetivo de esta comunicación es analizar el uso y la valoración que los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas hacen de su potencial docente y de sus herramientas interactivas. El estudio se basa en los resultados de la investigación *Análisis cuantitativo y cualitativo del nivel de respuesta interactiva generada entre el alumnado tras el proceso de optimización del aplicativo on-line para la creación de publicidad radiofónica* llevada a cabo por el Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica Publiradio (SGR-2009-0454) de la UAB.

**Palabras clave:** *Edu-web*, radio, publicidad, innovación docente.

## Abstract

After a tour of the main features of the educational web radio *Publiradio.net*, the purpose of this communication is to analyze the use and value that students in Advertising and Public Relations do of its educational potential and its interactive tools. The study is based on the results of qualitative research and quantitative analysis of the level of interactive response generated among students after the optimization process of the application on-line to create radio advertising conducted by the *Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica Publiradio*(SGR-2009-0454) at the UAB.

**Key words:** *Edu-web*, radio, advertising, teaching innovation.

## Introducción

*Publiradio.net* (<http://www.publiradio.net>) es una edu-web radiofónica que nace en el curso 2004/05<sup>1</sup>, como proyecto de innovación docente, con el objetivo de potenciar el autoaprendizaje y el trabajo autónomo entre los estudiantes universitarios en relación con la publicidad y la radio. En el marco de la nueva cultura docente derivada de la integración de España en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y de la consiguiente implantación del crédito ECTS, *Publiradio.net* ha ido incorporando progresivamente diferentes recursos textuales, sonoros y audiovisuales destinados a favorecer la interactividad y, sobre todo, el espíritu crítico de los jóvenes ante una publicidad anclada, mayoritariamente, en unas rutinas productivas en las que la innovación, la creatividad y la experimentación apenas tienen cabida (BALSEBRE y otros, 2006). En la actualidad, no existe ninguna otra plataforma docente que aglutine en un mismo espacio todos y cada uno de los aspectos relacionados con la publicidad radiofónica y que albergue de forma conjunta elementos que faciliten a los estudiantes una docencia innovadora que potencie, al mismo tiempo, la investigación.

La edu-web es una modalidad de radio educativa (PERONA, 2009) que se suma a otras formas de creación, emisión y difusión de contenidos radiofónicos presentes en el entorno digital, como los que se transmiten a través de las emisoras de centros educativos, las emisoras formativas, los programas educativos que conforman la oferta de algunos operadores, o las redes socio-formativas/comunitarias (KROHLING PERUZZO, C.M., 2009).

«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 que se podría denominar edu-webs radiofónicas- que, dadas sus posibilidades, 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 IFSTIC), 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» (PERONA, J.J., 2009: 108).

## Objetivos de la experiencia

*Publiradio.net* se diseñó siguiendo unas líneas prioritarias de actuación que sirvieran para dar respuesta a los objetivos que se pretendían alcanzar con su desarrollo y su puesta en marcha:

- 1.- Proporcionar a los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas una herramienta de autoaprendizaje para la creación de publicidad radiofónica.
- 2.- Construir un espacio virtual original, intuitivo y útil, con recursos e información relacionada con la creatividad, la publicidad y la radio.

---

<sup>1</sup> Desde su ideación y hasta el momento de redactar esta comunicación, el equipo de profesores que conforman *Publiradio* había conseguido, además de diferentes proyectos de investigación competitivos, dos subvenciones para la Mejora de la Calidad de la Docencia (MQD) otorgadas por la AGAUR catalana en sus convocatorias de 2003 y 2005, y otras dos por parte de la UAB (2007 y 2008).

3.- Conseguir que los alumnos conozcan ampliamente, al margen de las explicaciones teóricas y las prácticas presenciales, los códigos expresivos de los componentes del lenguaje radiofónico: voz, música, efectos sonoros y silencio (BALSEBRE, A., 1994), así como el valor semántico de la planificación sonora y de las figuras del montaje (GUTIÉRREZ, M. y PERONA, J.J., 2002), entre otros aspectos.

4.- Proporcionar una serie de recursos útiles para la realización de diferentes investigaciones, a partir del conocimiento de las fuentes originales, de sus elementos y de los resultados de los estudios pioneros en el ámbito de la publicidad radiofónica.

5.- Impulsar la experimentación y la originalidad en la creación de piezas publicitarias.

6.- 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. La idea era diseñar un instrumento cuya transversalidad permitiera su uso y utilidad en otras materias -más allá de las asignaturas específicas de creatividad y de radio publicitaria-, así como en otras licenciaturas (Comunicación Audiovisual o Periodismo).

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

### **Estructura de la edu-web: principales contenidos**

*Publiradio.net* se estructura en torno a cinco grandes áreas: *Noticias*, *Quién es Quién*, *Fonoteca*, *Investigación y Docencia*, y *Enlaces Selección*.

La primera de estas áreas –*Noticias*– sigue a diario la actualidad sobre la radio y la publicidad. *Publiradio* selecciona la noticia, la reelabora y, si se trata de asuntos aparecidos en otros medios de comunicación (prensa generalista, revistas especializadas, etc), adjunta la crónica original en un pdf y apunta la fuente. También en este apartado se incluyen las informaciones generadas por el *Observatorio Publiradio* (resultados de investigaciones propias, celebración de actos académicos, etc.) Todas las referencias incluidas en esta sección siguen el mismo formato: se desarrollan de manera resumida para facilitar una primera lectura y se adjunta el pdf correspondiente para, si se desea, ampliar información. Los textos se muestran ordenados cronológicamente, del más reciente al más antiguo. El apartado incorpora, además, la hemeroteca, un espacio destinado a convertirse en un auténtico archivo histórico de noticias estrechamente relacionadas con el objeto principal de la edu-web.

*Quién es quién* consta de cuatro bloques -locutores, creativos, agencias y anunciantes-, los cuales comparten una estructura muy similar. En *Locutores* tienen cabida las principales voces del panorama publicitario radiofónico español. Los campos que contiene este apartado son: fotografía del locutor, identificación, breve historia profesional y un corte de voz en formato mp3. El objetivo es que los alumnos se aproximen al amplio espectro de registros acústicos y empiecen a reconocer las voces más habituales de los anuncios audiovisuales. Los *Creativos* se agrupan en una base de datos que incluye: fotografía, nombre y apellidos del creativo o creativa, 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. Lo mismo sucede con las *Agencias*, puesto que de cada una de ellas se ofrece el logotipo, el nombre de la agencia, los datos de contacto y un breve repaso a sus principales trabajos en radio. Finalmente, *Anunciantes* está dedicado a los principales anunciantes del medio teniendo en cuenta su inversión en radio. Se adjunta el logotipo, el nombre y los datos de contacto, al tiempo que se hace un pequeño recorrido por su historia profesional. Al igual que en *Noticias*, en *Quién es quién* el internauta tiene un primer acceso visual a una breve descripción y la información es ampliable a través de documentos pdf adjuntos.

Por su parte, la *Fonoteca* pone a disposición de los usuarios una base sonora de productos publicitarios radiofónicos, sobre todo cuñas -el formato predominante en la radio actual-, con el fin de que conozcan la estructura, evolución y tendencias de la creatividad aplicada a la publicidad radiofónica y se familiaricen con los estilos y las estrategias creativas dominantes. La *Fonoteca* cuenta, a su vez, con tres categorías: Cuñas selección, Archivos *Publiradio* y Cuñas temporada -a partir de mayo de 2010 pasan a ser cuatro y cambian de nombre: Publicidad Selección, Archivos *Publiradio*, Publicidad Temporada y Publicidad Catalunya-, cuyos contenidos forman una base de datos inédita para la investigación en publicidad radiofónica. En la actualidad se pueden escuchar cerca de mil inserciones, pero el grupo que gestiona la eduweb prevé incorporar las más de 5 mil que tiene almacenadas y clasificadas sistemáticamente desde 2007.

El siguiente gran bloque es el llamado *Investigación y Docencia*, un espacio destinado a dar a conocer los avances científicos en el terreno de la publicidad radiofónica y a ofrecer material de utilidad para la creación de piezas publicitarias. Esta sección la conforman los siguientes apartados: Aula virtual, Formación, Investigación y Revista *Publiradio* (un espacio en construcción en el que finalmente se activará un *blog*).

En el Aula virtual se encuentran una serie de recursos sonoros que permiten a los alumnos crear sus propios productos radiofónicos. Los estudiantes también pueden acceder a las lecciones, unidades docentes que completan el temario presencial y que están clasificadas según los principales aspectos teóricos de las materias de radio publicitaria: guión, lenguaje radiofónico, creatividad, estructura del sistema radiofónico, audiencias, gestión y producción, y otros. El Aula virtual se completa con el llamado *Fòrum Publiradio*, un espacio interactivo en el que, en el momento de redactar esta aportación, se podía acceder a 28 cápsulas de vídeo que recogen distintas reflexiones de diversos agentes involucrados en la publicidad radiofónica (creativos, planificadores, locutores...), así como a más de una decena de *Temas de debate* para que los internautas opinen y muestren sus ideas en torno a cada uno de ellos.

En Formación se engloban otro tipo de recursos pedagógicos, tales como videos de clases magistrales, conferencias, presentaciones, etc., mientras que el apartado Investigación tiene como objetivo ser un aparador de los últimos avances de la investigación en el terreno de la publicidad radiofónica. Se incluye tanto la producción científica del grupo de investigación *Publiradio* como la que se produce dentro y fuera del mundo universitario.

Otra utilidad importante de la web son los *Enlaces selección*, una recopilación de *links* -84 en marzo de 2010-, para profundizar en el conocimiento de la publicidad radiofónica. Esta sección está organizada 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 otras publicaciones especializadas).

Las otras dos secciones que conforman el aplicativo son *Sala de prensa*, donde se ofrece información sobre las actividades que desarrolla Publiradio, y *Serviradio*, es decir, el “contacta con nosotros”. Está especialmente diseñado para las tutorías virtuales, aunque también lo puede utilizar cualquier internauta para hacer las consultas que considere oportunas.

### **Posibilidades de Publiradio.net: potencial docente e investigador**

La información que Publiradio almacena de manera periódica en su edu-web, especialmente la contenida en los apartados de *Noticias*, *Quién es quién*, *Fonoteca*, y *Aula Virtual*, es un material de marcada relevancia docente. De hecho, además de su alto valor para fomentar el trabajo autónomo, el material permite a los alumnos gestionar 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. Al estudiante se le brinda 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 en línea, analizar las voces más significativas de la publicidad radiofónica española, escuchar piezas publicitarias históricas, o conocer los resultados de los trabajos más recientes sobre publicidad radiofónica.

Pero esta información se consagra igualmente como un sólido corpus para el desarrollo de diferentes investigaciones en torno a la *Estructura y dinámica de la publicidad radiofónica en España y Catalunya*. La envergadura de la base de datos permite y ofrece a cualquier interesado la posibilidad de desarrollar estudios, a partir del análisis del material original y de las fuentes primarias de información, en torno a cuestiones como *Género y publicidad*; *Exclusión social y publicidad radiofónica institucional*; *Publicidad sonora y nuevos formatos*; *Estereotipos acústicos*; *Historia de la publicidad radiofónica*, etc. Para facilitar la tarea investigadora, el aplicativo incorpora un buscador que con sólo teclear una palabra clave –por ejemplo, automóvil-, aparecen todos los archivos vinculados, ya sean textuales, sonoros, visuales o audiovisuales.

### **Evaluación de Publiradio.net: Aspectos metodológicos**

Examinadas las características de *Publiradio.net*, el interés de esta comunicación se centra, como se advertía en su momento, en analizar el uso que los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas -en tanto que principales destinatarios de esta edu-web-, hacen de la misma. Para la consecución de este objetivo, el grupo Publiradio ha desarrollado una investigación que, bajo el título de *Análisis cuantitativo y cualitativo del nivel de respuesta interactiva generada entre el alumnado tras el proceso de optimización del aplicativo on-line para la creación de publicidad radiofónica*, ha arrojado datos de especial interés.

La metodología empleada por Publiradio consistió en el diseño de un cuestionario, de 26 preguntas, que aportara información tanto cuantitativa como cualitativa (a partir de fórmulas de interrogación abiertas), en relación con las siguientes cuestiones:

- 1.- Grado de conocimiento de la edu-web *Publiradio.net*.
- 2.- Nivel de acceso a *Publiradio.net*.
- 3.- Uso de la web como recurso docente para la realización de actividades académicas.
- 4.- Utilidad de *Publiradio.net* como recurso docente.
- 5.- Valoración global (contenidos, navegabilidad y aspectos formales) de *Publiradio.net* por parte de los estudiantes.
- 6.- Valoración de los diferentes apartados de la edu-web.
- 7.- Propuestas de mejora.
- 8.- Grado de interacción de los estudiantes con la plataforma on-line (consultas, descargas, preparación de prácticas, etc.) y sus consecuencias en el rendimiento académico.

El cuestionario, que se pasó en mayo de 2008, fue contestado por un total de 111 estudiantes de diferentes cursos de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad Autónoma de Barcelona, distribuidos según se muestra en las tablas 1 y 2.

**TABLA 1**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR SEXOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Hombre	25	22,5	22,5	22,5
	Mujer	86	77,5	77,5	100,0
	Total	111	100,0	100,0	

Fuente: *Publiradio. Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica.*

**TABLA 2**  
**DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR CURSOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primero	30	27,0	27,0	27,0
	Segundo	27	24,3	24,3	51,4
	Tercero	54	48,6	48,6	100,0
	Total	111	100,0	100,0	

Fuente: *Publiradio. Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica.*

La explotación de las preguntas cuantitativas –estadísticos descriptivos-, se llevó a cabo mediante la utilización del paquete SPSS, mientras que para el tratamiento de las preguntas abiertas se elaboró una plantilla *ad hoc* en Excel.

## Resultados

### a) Sobre el grado de conocimiento de *Publiradio.net*

La mayoría de los alumnos de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB asegura conocer *Publiradio.net*, en tanto que un 70,3% de la

muestra afirma tener constancia de su existencia. Cuando se pregunta a los estudiantes, si han accedido a la web, el 68,5% responde de manera afirmativa.

El aplicativo es mucho más conocido entre los alumnos de segundo curso (81%), que entre los del resto de cursos que conforman la muestra (66%). Esta circunstancia se debería, con toda probabilidad, al hecho de que, desde que se integró la plataforma como recurso docente en el marco de las asignaturas estrechamente relacionadas con la publicidad radiofónica en la UAB, los estudiantes de segundo habían cursado, en el momento de pasar la encuesta, las dos materias existentes en los planes de estudio (*Redacción y locución en medios audiovisuales* y *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*).

*Publiradio.net* resulta familiar entre la mayoría de los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas gracias, precisamente, a estas asignaturas, aunque el 25,2% de los mismos manifiesta que la conoció por recomendación del profesorado de radio, el 15,3% a través de *Redacción y locución en medios audiovisuales*, el 5,4% gracias a las actividades académicas (fórum) organizadas por el grupo *Publiradio* en el curso 2007/08, el 3,6% mediante *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*, y el 2,8% a través de las dos materias.

Pese a que un importante porcentaje de la muestra no se pronuncia sobre esta cuestión, resulta especialmente significativo que un 6,3% asegure saber de la existencia de la web gracias a un/a compañero/a de clase. A este dato se une el resultado no menos importante que arroja la pregunta número 23 del cuestionario: *¿Has recomendado la web Publiradio.net a alguien?*, puesto que cerca del 47% de los estudiantes que la responden afirman que sí.

## b) Sobre el acceso y el uso de la web como recurso docente

Los hábitos de acceso por parte de los alumnos a *Publiradio.net* obedecen, en gran medida, a la lógica de las necesidades que se les plantean en función de los requerimientos de las diferentes materias y, especialmente, según la utilidad de los recursos que se ponen a su disposición a la hora de desarrollar una práctica de radio. Tanto es así que el 46% de los estudiantes reconoce acceder a la edu-web cada vez que tiene que preparar algún ejercicio, sobre todo cuando se trata de desarrollar trabajos de análisis y prácticas de laboratorio. Como muestra la tabla 3, la mayoría de estas conexiones (76,7%) se hacen desde casa, lo que demuestra la eficacia del aplicativo como instrumento para estimular el trabajo autónomo.

**TABLA 3**  
**LUGAR DE CONEXIÓN A PUBLIRADIO.NET**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Facultad	16	14,4	21,9	21,9
	Casa	56	50,5	76,7	98,6
	Ns/Nc	1	,9	1,4	100,0
	Total	73	65,8	100,0	
Perdidos	Sistema	38	34,2		
Total		111	100,0		

Fuente: *Publiradio. Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica.*

Esta particularidad se ve reforzada por el hecho de que prácticamente un 60% de los encuestados diga que utiliza la edu-web para realizar tareas individuales o en grupo (tablas 4 y 5), cosa que, junto con otros aspectos que posteriormente se examinarán, pone de relieve la capacidad del aplicativo para mejorar la socialización interactiva entre los alumnos durante la preparación de los trabajos en grupo.

**TABLA 4**  
**USO DE LA WEB PER LA REALIZACIÓN DE TRABAJOS INDIVIDUALES**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	32	28,8	44,4	44,4
	Si	40	36,0	55,6	100,0
	Total	72	64,9	100,0	
Perdidos	Sistema	39	35,1		
Total		111	100,0		

Fuente: *Publiradio. Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica.*

**TABLA 5**  
**USO DE LA WEB PARA LA REALIZACIÓN DE TRABAJOS EN GRUPO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	29	26,1	39,7	39,7
	Si	44	39,6	60,3	100,0
	Total	73	65,8	100,0	
Perdidos	Sistema	38	34,2		
Total		111	100,0		

Fuente: *Publiradio. Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica.*

Las razones que motivan el acceso a *Publiradio.net* son muy diversas, pero buena parte de la muestra, un 35%, sostiene que se conectaba a la web para preparar las asignaturas de radio; un 30,6% lo hacía para una práctica; un 18% para realizar un ejercicio teórico; un 13,5% antes de una prueba final puntuable; un 8,1% mientras preparaba otras asignaturas; y un 4,5% cuando tenía tiempo.

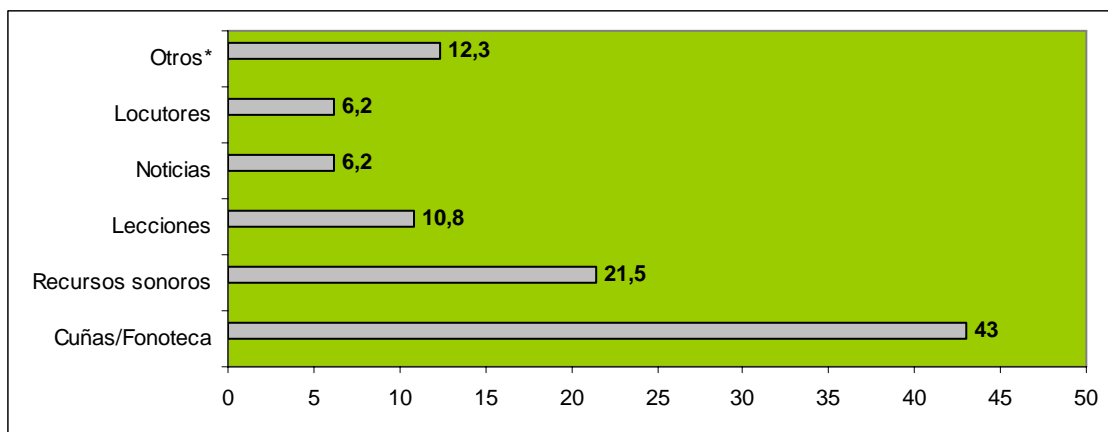
### **c) Sobre la utilidad de *Publiradio.net***

El 93% de los estudiantes que han usado alguna vez la edu-web *Publiradio.net* considera que sus contenidos le han resultado útiles, aunque en el momento de contestar a la encuesta sólo un 46% (gráfica 1) recordaba alguno de sus apartados con exactitud, especialmente aquellos que, por su naturaleza, resultan más adecuados para la preparación de prácticas radiofónicas y para la realización de ejercicios de análisis: la Fonoteca (43%) y los Recursos sonoros (21,5%). Estos últimos se encuentran, como ya se avanzó, en el área de *Investigación y Docencia*, apartado Aula Virtual).



**GRÁFICA 1**

**APARTADOS DE PUBLIRADIO.NET RECORDADOS POR LOS ESTUDIANTES. (Datos en %)**



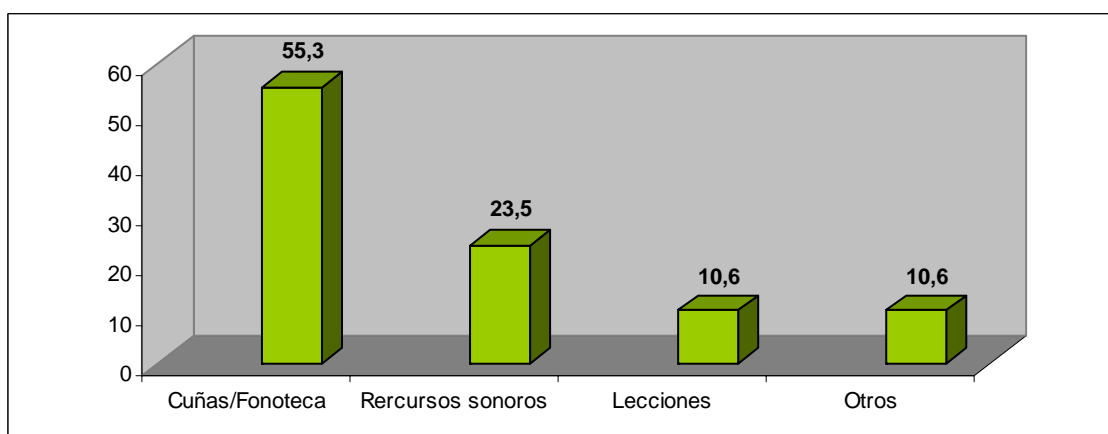
\*Otros: Se mencionan, por ejemplo, agencias, creativos, link, y algunos conceptos menos precisos como "docencia".

De hecho, de los grandes bloques en los que está estructurada la edu-web *PubliRadio.net*, los estudiantes recordaban, en general, aquellos más directamente relacionados con la dinámica de las asignaturas citadas con anterioridad, como las lecciones (10,8%) o el apartado dedicado a locutores (6,2%). Las informaciones de actualidad sobre publicidad radiofónica son recordadas también por un 6,2% de la muestra, posiblemente por el hecho de que conforman los primeros contenidos con los que se encuentran los internautas cuando acceden a la plataforma (*home*).

Es importante destacar que del conjunto de los apartados que se recordaban, la Fonoteca (55,5%) y los Recursos sonoros (23,5%) eran los que más utilizaban los estudiantes, tal y como muestra la gráfica 3.

**GRÁFICA 2**

**UTILIZACIÓN DE LOS APARTADOS DE PUBLIRADIO.NET RECORDADOS POR LOS ESTUDIANTES. (Datos en %)**



Fuente: *PubliRadio. Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica.*

#### d) Valoración global

Los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB otorgan una calificación media de 7,07 puntos sobre 10 a *Publiradio.net* cuando valoran la navegabilidad y otros aspectos como el diseño, la calidad y cantidad de la información disponible, o la utilidad de los recursos que se pueden encontrar (tabla 6). Precisamente, éstos últimos son los que obtienen una valoración media más alta (7,53), mientras que el diseño es lo que menos gusta, aunque logra un aprobado alto (6,54 puntos).

**TABLA 6**  
**VALORACIÓN DE PUBLIRADIO.NET: CONTENIDOS, NAVEGABILIDAD Y ASPECTOS FORMALES**

Valoración del diseño de la web	6,54
Valoración de la calidad de información disponible	7,47
Valoración de la facilidad para encontrar aquello que se busca	6,93
Valoración de la facilidad para descargar información de la web	7,33
Valoración de la cantidad de información disponible en la web	6,65
Valoración de la utilidad de los recursos	7,53
Valoración de la facilidad de uso/navegabilidad	7,07
MEDIA GLOBAL	<b>7,07</b>

Fuente: *Publiradio. Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica.*

A destacar que la facilidad para descargar archivos sonoros y de texto es puntuada por un 17% de los encuestados con una nota igual o superior a 9, mientras que un 14% da esta misma puntuación a la utilidad de los recursos disponibles en la web

#### e) Valoración de los diferentes apartados de la edu-web

Tal y como se avanzaba en su momento, los estudiantes parecen mostrar una preferencia marcada por aquellas herramientas de *Publiradio.net* que resultan directamente útiles para las asignaturas en las que se trabaja la publicidad radiofónica, así como para la superación de las diferentes pruebas teórico-prácticas programadas. En este sentido, son especialmente significativas, de nuevo, las valoraciones de apartados como la Fonoteca y el Aula virtual (véase tabla 7), que consiguen las puntuaciones más altas (8). En cambio, el bloque de Noticias es el menos considerado, aunque con un nada despreciable 6,60 se acerca al notable.

**TABLA 7**  
**VALORACIÓN DE LOS APARTADOS DE LA WEB**

APARTADO	PUNTUACIÓN MEDIA
Noticias	6,60
Quién es quién (locutores)	6,83
Quién es quién (agencias)	6,81
Quién es quién (creativos)	6,86
Quién es quién (anunciantes)	6,93
Fonoteca	8,00
Aula virtual (recursos sonors)	8,00
Aula virtual (lecciones)	8,27
Docencia y formación	7,43
Investigación	7,39
Enlaces	7,30

Fuente: *Publiradio. Grup de Recerca en Publicitat i Comunicació Radiofònica.*

Entre las calificaciones otorgadas cabe destacar, por ejemplo, que el 67,3% de los 49 alumnos que han puntuado la Fonoteca lo han hecho con una nota igual o superior a 8, mientras que de los 36 que han puntuado los Recursos sonoros, el 66% le han concedido esta misma puntuación. Las Lecciones han sido valoradas por 22 estudiantes, de los cuales el 77% les han asignado una calificación también igual o superior a 8.

#### **f) Sobre las propuestas de mejora de la edu-web**

A los 111 alumnos que llevaron a cabo la encuesta se les ofreció la posibilidad de pronunciarse sobre los aspectos de la web que menos les atraían y que, por tanto, deberían ser mejorados. La información obtenida en este sentido era, sin duda, una oportunidad excelente para detectar los puntos débiles que presenta el aplicativo y emprender las acciones pertinentes para neutralizarlos.

En general se hablaba de la necesidad de incorporar más recursos sonoros, especialmente efectos y cuñas, sobre las que también sería necesario, a juicio de los estudiantes, ampliar la información que contiene la ficha que las acompaña.

Por otra parte, en el momento de llevar a cabo la encuesta también se destacaba la necesidad de potenciar la participación de los profesionales de la publicidad radiofónica y de los internautas a través de la edu-web. En la actualidad, esta demanda ya ha sido satisfecha, con la inclusión del *Fòrum Publiradio*, y se acabará completando con la próxima puesta en marcha de un blog sobre publicidad y comunicación radiofónica.

#### **g) Sobre el grado de interacción de los estudiantes con la plataforma on-line (consultas, descargas, preparación de trabajos, etc.). Consecuencias en el rendimiento académico**

La descarga de archivos sonoros para la realización de las prácticas planificadas en el marco de la asignatura de *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*, así como para la elaboración de los ejercicios de análisis previstos en *Redacción y locución en medios audiovisuales* es una de las principales formas de interacción con *Publiradio.net* que experimentan los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB. De hecho, entre el conjunto de los alumnos que contestaron a la pregunta sobre la bajada de *archivos* (un 57,4% de la muestra), un 71,9% aseguraba hacer descargas.

El uso de la web para la preparación o ampliación de la teoría que se desarrolla en el marco de las dos asignaturas citadas propicia también la interacción, aunque, comparado con el caso anterior, el número de alumnos que utiliza *Publiradio.net* para este fin es sensiblemente inferior (34% de los que responden a la pregunta). Por otra parte, el porcentaje baja mucho más cuando se trata de evaluar el uso que se hace de los artículos de investigación, en tanto que sólo 12 individuos (poco más del 10% de la muestra) dice utilizarlos.

Comentar, finalmente, que *Publiradio.net* se puso a disposición de los estudiantes mientras en la UAB la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas era objeto de un plan piloto de aproximación al Espacio Europeo de

Educación Superior (EEES). El análisis de las calificaciones medias obtenidas por los alumnos en esta prueba piloto pone de manifiesto, como muestra la tabla 8, una progresión muy significativa, circunstancia a la que, posiblemente, haya podido contribuir el uso de la edu-web aquí descrita.

**TABLA 8**  
**NOTAS MEDIAS CORRESPONDIENTES A LAS ASIGNATURAS RELACIONADAS CON LA PUBLICIDAD RADIOFÓNICA ANTES Y DESPUÉS DE LA PRUEBA PILOTO**

ASIGNATURA	MEDIA ANTES	MEDIA DESPUÉS
Teoría y técnica del lenguaje radiofónico	5,98	7,42
Redacción y locución en medios audiovisuales	6,77	7,11

Fuente: Decanato de Ciencias de la Comunicación (UAB).

### **Logros alcanzados y conclusiones**

Los resultados del análisis y la evaluación de *Publiradio.net* corroboran el cumplimiento de los principales retos con los que nació la idea de su creación y desarrollo. El estudio llevado a cabo ha puesto de manifiesto, entre otras cosas, la efectividad del aplicativo on-line para el aprendizaje de las materias relacionadas con la publicidad radiofónica y la utilidad del mismo para fomentar el trabajo autónomo entre los estudiantes. Por otra parte, los datos obtenidos confieren a *Publiradio.net* unas características que lo convierten en un espacio virtual original, intuitivo y útil, que proporciona materiales que permiten lograr los objetivos de aprendizaje y las competencias básicas en relación con la publicidad y la radio por parte de los futuros titulados en Publicidad y Relaciones Públicas.

*Publiradio.net* es una muestra más del crecimiento que, gracias a la convergencia tecnológica y a la consolidación de Internet como plataforma de difusión e inferencia de múltiples contenidos textuales, sonoros, visuales y sonoro-visuales, están experimentando las iniciativas encaminadas a fomentar la educación en comunicación audiovisual (Oliva, M., 2006; Pérez, J.M., 2005). La radio, que tradicionalmente ha presentado múltiples vías de explotación dentro y fuera del aula, y se ha mostrado como un potente instrumento complementario y de refuerzo de la enseñanza, lidera precisamente 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 siempre ha tenido este medio de comunicación.

Si la radio se ha revelado históricamente como un poderoso instrumento para facilitar el aprendizaje dentro y fuera del aula, *Publiradio.net* se presenta como una herramienta pedagógica inédita, no sólo por su función en el marco de la *ciberdocencia* para estudiantes universitarios, sino también por el conjunto de contenidos que ofrece.

## Referencias bibliográficas:

BALSEBRE, A. (1994). *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra.

BALSEBRE, A., y otros (2006). *Los mitos de la publicidad radiofónica. Estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española*. Madrid: Cátedra.

GUTIÉRREZ, M. y PERONA, J.J. (2002). *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch.

KROHLING PERUZZO, C.M. (2009): "Rádios Livres e Comunitárias, Legislação e Educomunicação". *Eptic On Line*, vol. XI, 3. São Cristovão, Brasil: Universidade Federal do Sergipe en: <http://www.eptic.com.br>

OLIVA, M. (2006). "Panorámica de la educación en comunicación audiovisual". *Quaderns del CAC*, 25. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, p. 35-37.

PÉREZ TORNERO, J.M. (2005). "Hacia un nuevo concepto de educación en medios". *Comunicar*, 24. Huelva: Grupo Comunicar, p. 21-24.

PERONA, J.J. (2009). "Edu-webs radiofónicas: Experiencias españolas de educación en medios". *Comunicar*, 33. Huelva: Grupo Comunicar, p. 107-114.

### ANEXO

#### CUADRO-RESUMEN DE *PUBLIRADIO.NET*

(Según datos extraídos el 27 marzo de 2010)

**Visitas totales recibidas desde febrero de 2006:** 17378 (5713 únicas).

**Visitas octubre 2009-marzo 2010:** 4698 (1414 únicas).

**Media de visitas mensuales octubre 2009-marzo 2010:** 780.

**Hemeroteca:** 163 noticias sobre publicidad radiofónica.

**Quién es quién:** 117 fichas de locutores, creativos, agencias y anunciantes, con numerosos recursos visuales y sonoros.

**Fonoteca:** 807 inserciones publicitarias de todos los tiempos, distribuidas en cuñas selección, archivos publiradio y cuñas temporada.

**Recursos sonoros:** 454 principalmente efectos, para la producción de publicidad radiofónica.

**Investigación:** 22 artículos y aportaciones a congresos, la mayoría sobre publicidad radiofónica.

**Lecciones:** 5 lecciones magistrales sobre creatividad publicitaria y radio, una de ellas grabada en vídeo e impartida por el catedrático José María Ricarte.

**Enlaces:** 84 enlaces con agencias, centros de formación, estudios de sonido, etc.

**Fòrum Publiradio:** 28 cápsulas de vídeo y 246 intervenciones en el foro.

**Notas de prensa:** 13 notas relacionadas con la actividad del grupo Publiradio.

Fuente: Clonica Networks (<http://www.clonica.net>).