

# LAS EDU-WEBS COMO RECURSO PARA EL TRABAJO AUTÓNOMO DEL ESTUDIANTE EN EL MARCO DEL EEES. LA EXPERIENCIA DE PUBLIRADIO.NET

Núria Arcos Foix

Susana Giménez Cisneros

Facultat de Ciències de la Comunicació (Dpt. de Com. Audiovisual i Publicitat II)  
Universitat Autònoma de Barcelona

## **Resumen**

*La interactividad, como característica definitoria de Internet, sitúa al usuario en el centro del proceso de selección y creación de contenidos. Esta dinámica participativa toma especial relevancia en el marco formativo derivado de la incorporación de las universidades al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), según el cual el alumno se convierte en el protagonista del proceso de aprendizaje, más allá de la enseñanza presencial. En este contexto, las edu-webs constituyen una herramienta eficaz de soporte al trabajo autónomo de los estudiantes. El análisis del uso de Publiradio.net –una edu-web centrada en el ámbito de la publicidad y de la comunicación radiofónica– ejemplifica el potencial didáctico de este tipo de plataformas en el contexto de los estudios de Comunicación.*

## **Abstract**

*Interactivity, as a defining characteristic of the internet, places the user at the centre of the processes of selection and content creation. This participatory dynamic has gained special relevance since the incorporation of universities to the European Higher Education Area (EHEA). According to this educational framework, the student becomes the focus of the learning process beyond what was possible using only traditional classrooms. In this context, the edu-webs (educational websites) constitute an effective tool for supporting students' individual work. The usage analysis of Publiradio.net -an edu-web focused on the field of radio advertising and communication- exemplifies the educational potential of these kinds of platforms within the context of communication studies.*

**Palabras clave:** edu-web, trabajo autónomo, EEES, radio, estudios de comunicación.

**Keywords:** edu-web, individual work, EHEA, radio, communication studies.

## **1. Introducción**

El proceso de construcción del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y, en consecuencia, la implantación del Sistema Europeo de Transferencia de Créditos, materializado en los créditos ECTS, representa una reforma profunda en el sistema educativo universitario de los países adscritos a la Declaración de Bolonia (1999). Esta reforma no sólo afecta a nivel organizativo y estructural, sino que también supone un replanteamiento de la metodología docente, al concebir al estudiante como protagonista de su propio proceso de aprendizaje y superar, así, el modelo fundamentado en las

clases magistrales. Este cambio implica, por un lado, la adopción necesaria por parte del alumnado de un papel activo en la adquisición de las competencias esperadas y, por otro lado, el esfuerzo docente con el objetivo de desarrollar herramientas de soporte al trabajo autónomo de dicho alumnado.

Paralelamente a la adaptación de las universidades europeas a las directrices de Bolonia, se produce en los últimos años la expansión de Internet y la consolidación de una plataforma on-line caracterizada por la democratización de las herramientas disponibles. Dicha plataforma, conocida como web 2.0, posibilita el acceso y la participación de los individuos en la red, independientemente de sus conocimientos técnicos. Estos avances en el campo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) otorgan un papel protagonista a los usuarios que, mediante un sistema fundamentado en la interactividad, son capaces tanto de seleccionar como de crear y compartir contenidos de interés. El carácter activo y participativo de dichos usuarios se aproxima a los requisitos exigidos a los estudiantes en el EEES; estudiantes que, en su mayoría, forman parte del grupo de los llamados nativos digitales, es decir, de la generación que ha crecido inmersa en la era Internet y, por lo tanto, que está familiarizada con las nuevas posibilidades técnicas que facilitan la implicación y la proactividad. Con ello, se configura un espacio de trabajo on-line de amplias oportunidades educativas.

En el contexto de las nuevas tecnologías y de la necesidad de desarrollar herramientas de apoyo y de fomento del trabajo autónomo de los estudiantes, surgen, entre otras, las edu-webs radiofónicas, término acuñado por el profesor Juan José Perona<sup>1</sup> en el ámbito de la docencia en radio. Dichas edu-webs, o webs educativas, se plantean como plataformas que ofrecen a los estudiantes recursos para guiar y facilitar su desempeño académico. La experiencia de Publradio.net, desde su creación en 2004, constituye un ejemplo de este tipo de aplicaciones y de su utilidad en el campo específico de la publicidad y la comunicación radiofónica, más concretamente, en el marco de los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas, impartidos en la *Facultat de Ciències de la Comunicació* de la *Universitat Autònoma de Barcelona*. El análisis del uso de esta web aportará conocimiento con el que configurar perspectivas de trabajo futuro en la enseñanza de los grados de comunicación.

## **2. Los créditos ECTS y el trabajo autónomo de los estudiantes**

La unificación de los sistemas educativos dentro del EEES conlleva la adopción de los créditos ECTS como unidad de medida compartida por todos los centros universitarios. Con ello, se estandarizan los criterios para la superación de las asignaturas marcadas en los diferentes planes docentes. Si bien la transición a esta nueva tipología de créditos supone un cambio organizativo, la principal diferencia radica en las competencias exigidas al alumnado. De esta forma, centrados en el caso español, mientras que el sistema anterior establecía la equivalencia de 10 horas de clase por cada crédito, el nuevo sistema marca la equivalencia en 25 horas que, además, ya no son catalogadas como lectivas, sino de trabajo; de forma más concreta, asumiendo que el estudiante se convierte en el protagonista del proceso de aprendizaje, podrían considerarse como horas de trabajo autónomo. Según define el artículo 4.3 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos:

---

<sup>1</sup> PERONA PÁEZ, J. J., “Edu-webs radiofónicas: experiencias españolas de educación en medios”, en *Comunicar*, nº 33, 2009, págs. 107-114.

“En la asignación de créditos a cada una de las materias que configuren el plan de estudios se computará el número de horas de trabajo requeridas para la adquisición por los estudiantes de los conocimientos, capacidades y destrezas correspondientes. En esta asignación deberán estar comprendidas las horas correspondientes a las clases lectivas, teóricas o prácticas, las horas de estudio, las dedicadas a la realización de seminarios, trabajos, prácticas o proyectos, y las exigidas para la preparación y realización de los exámenes y pruebas de evaluación”<sup>2</sup>.

Los requisitos marcados con el establecimiento de los créditos ECTS suponen un replanteamiento docente capaz de superar un modelo caracterizado por:

“la transmisión de contenidos conceptuales por parte del profesorado, la pasividad y acriticidad del alumnado, la evaluación sumativa y final exclusivamente de conceptos, la encorsetada organización escolar, con escasa flexibilidad de horarios, con nula movilidad de espacios, con una fragmentación en compartimentos estancos de las disciplinas”<sup>3</sup>.

Así, el cómputo global de horas dedicadas a la formación en el EEES va más allá de las clases magistrales en las que tomar apuntes y repetir los conceptos en un examen final. El nuevo entorno se caracteriza por el trabajo dentro y fuera del aula y, en consecuencia, por una desincronización espacio-temporal de la educación, motivando al estudiante y fomentando su implicación con prácticas individuales y en grupo. También se propicia la preparación previa de las clases, cosa que permitirá a los alumnos aplicar los conocimientos a la resolución de problemas, realizar análisis críticos y argumentar una idea o defender una postura ante un determinado tema. De esta forma, podría hablarse de un nuevo modelo focalizado en la creación en lugar de la reproducción; modelo que deja de ser unidireccional y jerárquico para pasar a convertirse en un sistema fundamentado en la pedagogía activa, multidireccional y no secuencial, cuyo objetivo es que los estudiantes aprendan a organizar los recursos y a planificar su tiempo de estudio. Todo ello con el apoyo del profesorado, que guiará el proceso de formación con tutorías personalizadas, con la propuesta de fuentes de consulta y otros recursos didácticos, así como también con el establecimiento de una evaluación continuada. En definitiva, la adquisición de conocimiento adquiere un carácter transversal y constructivista que aproxima a los estudiantes a las rutinas de trabajo y a las competencias exigidas en el mundo profesional.

### **3. Las edu-webs como plataformas de formación**

La confluencia de los contextos tecnológico y educativo, descritos en los epígrafes anteriores, ha propiciado en los últimos años la aparición y proliferación de las ya citadas edu-webs, plataformas en línea de naturaleza informativo-formativa cuya finalidad es didáctica. Generalmente, éstas son creadas por instituciones, organismos o individuos que avalan los conocimientos que en ellas se transmiten. Se trata, pues, de iniciativas educativas que se sirven de Internet como herramienta pedagógica y que se orientan a:

---

<sup>2</sup> REAL DECRETO 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

<sup>3</sup> AGUADED GÓMEZ, J. I., “Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual”, en *Comunicar*, nº 24, 2005, pág. 29.

“contribuir al logro de una serie de finalidades educativas socialmente definidas relacionadas con el aprendizaje de las personas, bien de la educación formal o bien de la educación no formal”<sup>4</sup>.

En el campo de la enseñanza reglada, Izaskun Ibabe y Joana Jaureguizar se refieren a ellas como webs docentes y las definen de la siguiente manera:

“Sitio web donde, además de exponer a los estudiantes información sobre los contenidos básicos y complementarios de una materia, les sirve de ayuda para que alcancen determinados objetivos pedagógicos (adquisición de ciertos conocimientos, destrezas o actitudes). Son sitios web diseñados para ser utilizados en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y los alumnos pueden organizar su estudio de forma autónoma”<sup>5</sup>.

De esta forma, las edu-webs permiten al alumnado encontrar información y materiales a partir de los que realizar sus proyectos individuales o prácticas grupales, prepararse las lecciones, y disponer de múltiples recursos didácticos de calidad, fiables y de naturaleza variada (textual, gráfica, sonora, audiovisual, etc.), accediendo a ellos según sus propias necesidades, a cualquier hora y desde cualquier lugar (siempre que se disponga de conexión a Internet). La flexibilidad pedagógica y la hipertextualidad (entre recursos e informaciones de la propia web educativa y entre éstos y otros de páginas externas), contribuyen a su vez a generar ese aprendizaje activo y constructivista que intenta promover el EEES y el crédito ECTS.

Según Badia, Campàs y Carreras<sup>6</sup>, estas plataformas pueden cumplir con tres tipos de funciones: *informativa*, cuando aportan recursos tales como documentos, datos, noticias de actualidad del ámbito del que trata la edu-web, enlaces a otras páginas de interés, etc.; *comunicativa*, cuando disponen de espacios virtuales en los que los diferentes usuarios puedan intercambiar opiniones e informaciones, y establecer diálogos o discusiones sobre temas de interés específicos, siempre que sea con una finalidad didáctica; y *formativa*, cuando se combinan las dos funciones anteriores para crear un aula virtual con procesos de aprendizaje sistematizados y formalizados tales como las plataformas tecnológicas de educación en línea de acceso restringido (como podría ser el campus virtual de un máster on-line) y las aplicaciones de informática educativa como el programa *Clic* (<http://clic.xtec.net/es/index.htm>).

#### **4. Publiradio.net: una edu-web en el ámbito de los estudios de comunicación**

Una vez introducidos los fundamentos de la metodología docente planteada en el EEES y las características de las edu-webs que, aprovechando las innovaciones tecnológicas, constituyen una herramienta de apoyo al trabajo autónomo de los estudiantes, resulta oportuno presentar una plataforma que surge en este contexto, con el objetivo de dar respuesta a las necesidades del nuevo sistema educativo. Esa plataforma es Publiradio.net, una edu-web especializada en el ámbito de la publicidad y la comunicación radiofónica.

---

<sup>4</sup> BADIA GARGANTÉ, A., CAMPÀS MONTANER, J., CARRERAS MONFORT, C., “Intervención psicopedagógica en el diseño y elaboración de páginas educativas de Internet”, en BADIA GARGANTÉ, A., MAURI MAJÓS, T., MONEREO FONT, C. (coords.), *La práctica psicopedagógica en educación no formal*, Barcelona, Editorial UOC, 2006, pág. 442.

<sup>5</sup> IBABE EROSTARBE, I., JAUREGUIZAR ALBONIGAMAYOR, J., *Cómo crear una web docente de calidad*, Madrid, Netbiblo, 2005, pág. 129.

<sup>6</sup> BADIA, CAMPÀS, CARRERAS, *Op. cit.*, págs. 441-456.

Publiradio.net nace en 2004, año en el que el *Departament d'Universitats, Recerca i Societat de la Informació* (DURSI) de la *Generalitat de Catalunya* escoge a la *Universitat Autònoma de Barcelona*, entre otros centros catalanes, para poner en práctica, de forma experimental, el nuevo sistema de créditos derivados de la Declaración de Bolonia. Una de las titulaciones que se incluye en la prueba piloto es la de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB. Por este motivo, el grupo de investigación Publiradio<sup>7</sup>, perteneciente al *Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat* -y actualmente al *Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat II*, tras la fragmentación, en 2009, del departamento original en dos unidades-, decide desarrollar una herramienta de innovación docente de cara al curso académico 2004/05, respondiendo a los nuevos postulados educativos:

“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”<sup>8</sup>.

La adecuación de Publiradio.net al nuevo entorno formativo favoreció que la iniciativa fuera subvencionada en 2003 y 2005 por la *Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca* (AGAUR) de la *Generalitat de Catalunya*, dentro de su programa para proyectos de mejora de la calidad docente universitaria, así como también por la propia UAB, en las ayudas concedidas a los proyectos de innovación docente (convocatorias 2007 y 2008).

La web se estructura en siete grandes apartados: Noticias, Quién es quién, Fonoteca, Investigación y docencia, Enlaces selección, Sala de prensa y Serviradio. Éstos se dividen, a su vez, en subapartados que permiten clasificar el total de recursos disponibles. Cabe señalar que, desde sus orígenes, la plataforma ha ido creciendo con la actualización e incorporación de nuevos contenidos a los citados apartados y subapartados. Éstos se detallan a continuación.

El primer bloque que figura al acceder a la web es el dedicado a Noticias. En él se recoge información de actualidad dentro del ámbito de la publicidad y la comunicación radiofónica como, por ejemplo, la difusión de estudios de audiencias o de los premios concedidos en la categoría de radio de los principales festivales de creatividad. Estas noticias son elaboradas a partir de datos procedentes de diversas fuentes, debidamente citadas, y se presentan de forma resumida, adjuntando un pdf con detalles adicionales cuando resulta necesario. El Observatorio Publiradio también se encarga de generar noticias propias como la celebración de actos académicos. Todos los textos se exponen siguiendo un orden cronológico inverso, es decir, de los más recientes a los más antiguos. Dentro de este bloque se encuentra, además, la Hemeroteca, una sección destinada a convertirse en un archivo de noticias donde almacenar el histórico de informaciones publicadas a medida que éstas se van actualizando.

El siguiente apartado es el denominado Quién es quién y tiene como objeto identificar a los principales agentes de la actividad publicitaria radiofónica. Concretamente, consta de cuatro subapartados, dos de ellos referentes a profesionales del sector, locutores y creativos, y los otros dos a empresas del mercado, agencias y anunciantes. Cada protagonista se presenta de forma breve, incluyendo una fotografía o

---

<sup>7</sup> Además de las autoras de esta comunicación, como Técnicas Especialistas de Soporte a la Investigación, Publiradio es un grupo SGR reconocido por la *Generalitat de Catalunya* y formado, actualmente, por los profesores Armand Balsebre, Juan José Perona, Margarida Blanch, M<sup>a</sup> Luz Barbeito, Anna Fajula, Ana María Enrique y Blanca Perona. Ésta última, al igual que las autoras, como técnica especialista.

<sup>8</sup> PERONA, *Op. cit.*, pág. 112.

logotipo, según corresponda, y facilitando los datos de interés más destacados como, por ejemplo, los cortes de voz en mp3 de los locutores, la historia profesional y el cargo que ocupan actualmente los creativos, o la información de contacto de las agencias y anunciantes. En todos los casos se adjunta también un pdf que amplía los aspectos más relevantes. Los cuatro grupos se encuentran ordenados alfabéticamente.

La tercera sección es la Fonoteca, una base sonora que contiene productos publicitarios radiofónicos, en su mayoría cuñas, y que constituye un recurso destacado para conocer los estilos y estrategias creativas utilizados por los anunciantes. La base se organiza en cuatro subapartados. El primero de ellos es el de Publicidad selección que recoge piezas destacadas por su creatividad y el uso del valor expresivo del lenguaje radiofónico como, por ejemplo, las cuñas premiadas en el festival de *El Sol* o por el *Club de Creativos*. Algunas de las piezas se remontan a la década de los 40. El Archivo Publi-radio se plantea como la mediateca que, a lo largo del tiempo, vaya almacenando todo el material de la sección. La Publicidad temporada ofrece las piezas más actuales que suenan en las emisoras generalistas españolas. Finalmente, el subapartado de Publicidad Catalunya, incorporado en julio de 2010, está llamado a convertirse en la base de los productos publicitarios radiofónicos que se emiten en esta Comunidad Autónoma, tanto en castellano como en catalán. En todos los subapartados las piezas pueden filtrarse por sectores de actividad e incorporan una ficha con una serie de campos de información: producto, marca, locutor, creativo, agencia, anunciante, año de producción, emisora/ estudio de grabación, duración y archivo sonoro.

El bloque Investigación y docencia se destina a proporcionar material para la creación de piezas publicitarias en radio y a presentar los trabajos científicos desarrollados en el campo de la comunicación en este medio. Dentro de este bloque, el Aula virtual recoge, específicamente, los Recursos sonoros para poder elaborar productos radiofónicos. Por otro lado, también en el Aula virtual, figuran las Lecciones, que constituyen un complemento al desarrollo teórico de las clases presenciales, y el Foro Publi-radio. Éste último parte de una iniciativa impulsada por el Grupo Publi-radio que, en el curso académico 2007/08, organizó un ciclo de conferencias sobre publicidad radiofónica, invitando a figuras destacadas dentro de este ámbito. En la sección del Foro pueden visualizarse los vídeos de las intervenciones y, por otro lado, se plantean temas de debate que parten de los aspectos tratados en las mismas y que configuran un espacio de discusión. Más allá del Aula virtual, el apartado Formación ofrece también material audiovisual sobre conferencias y clases magistrales. Por su parte, en Investigación se recogen los últimos avances científicos sobre publicidad radiofónica con diferentes artículos y aportaciones a congresos, tanto de los miembros de Publi-radio como de otros investigadores que trabajan en el mismo campo. El último apartado del bloque, denominado Congresos, se concibe como el espacio donde presentar la información sobre este tipo de iniciativas llevadas a cabo por Publi-radio. Actualmente, el material disponible corresponde al *I Congreso Publi-radio: El poder creativo de la palabra*, que se celebró en la *Facultat de Ciències de la Comunicació* de la *Universitat Autònoma de Barcelona* en abril de 2010.

El apartado de Enlaces selección es una recopilación de links de interés para profundizar en el campo de la publicidad radiofónica. Los enlaces, organizados por categorías, incluyen: locutores y estudios de grabación/ sonido; agencias, creativos, anunciantes y las correspondientes asociaciones profesionales; emisoras de radio; recursos de formación en línea; centros de investigación; revistas y otras publicaciones especializadas. Las últimas dos secciones que componen la web son la Sala de prensa, con información sobre las actividades que desarrolla Publi-radio, y Serviradio, apartado diseñado como espacio de consulta abierto a todo el mundo, pero especialmente

pensado para las tutorías virtuales de los alumnos, cosa que permite un seguimiento individualizado.

Una vez presentados los contenidos disponibles en cada uno de los apartados del aplicativo, resulta interesante resumir algunas cifras (Cuadro nº 1) referentes al número de recursos que, en julio de 2010, contienen dichos apartados, los cuales se actualizan constantemente.

## NÚMERO DE RECURSOS DISPONIBLES EN PUBLIRADIO.NET

Cuadro nº 1

APARTADOS	RECURSOS
Noticias	179
Quién es quién	122
Fonoteca	943
Investigación y docencia	489
Enlaces selección	84

Fuente: Publiradio (julio de 2010)

Para concluir este punto, se presenta un cuadro (Cuadro nº 2) en el que se exponen las principales competencias exigidas a los alumnos en el marco del EEES y los apartados de Publiradio.net que contribuyen a desarrollar dichas competencias. En cada caso, se señalan los más destacados.

## COMPETENCIAS EXIGIDAS EN EL EEES Y APARTADOS DE PUBLIRADIO.NET QUE CONTRIBUYEN A SU ADQUISICIÓN

Cuadro nº 2

COMPETENCIAS	DESCRIPCIÓN	APARTADOS PUBLIRADIO
Aprendizaje transversal	Construcción del conocimiento a partir de múltiples fuentes de naturaleza y origen diverso	Noticias, Quién es quién, Foro Publiradio, Investigación, Enlaces selección, Congresos
Actitud crítica	Capacidad de analizar y valorar el trabajo propio y ajeno como herramienta para fomentar el debate constructivo	Noticias, Fonoteca, Foro Publiradio, Investigación
Trabajo colaborativo	Intercambio de ideas en grupo y suma de aportaciones	Recursos sonoros, Foro Publiradio (temas de debate)
Profesionalización	Asimilación de las rutinas de trabajo en el ámbito profesional y aproximación al sector	Noticias, Quién es quién, Enlaces selección
Formación práctica	Elaboración de productos creativos propios y experimentación	Fonoteca, Recursos sonoros, Lecciones
Pro-actividad	Preparación previa de las clases e iniciativa en la adquisición de conocimientos	Lecciones, Foro Publiradio, Formación, Enlaces selección, Recursos sonoros, Investigación, Serviradio

Fuente: Publiradio

Tal como se puede apreciar, el aplicativo y los contenidos disponibles constituyen una herramienta de apoyo para favorecer el trabajo autónomo de los estudiantes fuera del aula. Este aspecto se encuentra en línea con los postulados de la nueva metodología docente, en la que se potencia la desincronización espacio-temporal de la enseñanza-aprendizaje. Además, mediante la web, los profesores actúan como guías y difusores de recursos y fuentes que facilitan a los alumnos la construcción del conocimiento.

## **5. Objetivo**

Tras haber contextualizado el entorno formativo del EEES y haber presentado los contenidos de Publiradio.net, como ejemplo de edu-web que nace con la vocación de responder a las necesidades de dicho entorno, el objetivo de la presente comunicación es analizar los datos de visitas de este aplicativo como elemento que permita demostrar el uso que los estudiantes hacen de la herramienta. Las tendencias en el número de accesos a lo largo del tiempo posibilitarán la obtención de conclusiones sobre la utilidad de la web, en cuanto a su planteamiento como soporte al trabajo autónomo de los alumnos. De esta forma, la experiencia de Publiradio.net servirá para ejemplificar el potencial didáctico de las plataformas educativas desarrolladas en el contexto digital.

## **6. Metodología**

Para responder al objetivo marcado en el punto anterior, se procede a la extracción de los datos cuantitativos disponibles sobre visitas realizadas a Publiradio.net, facilitados por el administrador de la página, Clonica Networks ([www.clonica.net](http://www.clonica.net)). Dado que el registro de estos datos empezó a realizarse a partir de febrero de 2006, se opta por respetar los cursos académicos, por lo que la información con la que se trabaja para la investigación empieza en septiembre de 2006 (inicio del curso académico 2006/07) y finaliza en junio de 2010 (final del curso académico 2009/10); un total de cuatro cursos.

El análisis se fundamenta en el establecimiento de una correlación entre las actividades docentes realizadas en el marco de las asignaturas asociadas a la comunicación radiofónica de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB, concretamente, *Redacción y Locución en Medios Audiovisuales* y *Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico*, y el número de visitas realizadas a la web.

Las dos tipologías de datos con los que se trabaja son visitas totales y visitas únicas. Las visitas totales representan el número global de accesos a la página, procedan o no del mismo navegante. Éstas, además, contabilizan como nuevo acceso las visitas que se reanudan después de una pausa de inactividad. Las visitas únicas, en cambio, consideran solamente los accesos no duplicados, es decir, se trata de un dato que sería equivalente al número de visitantes, al no contemplar las repeticiones.

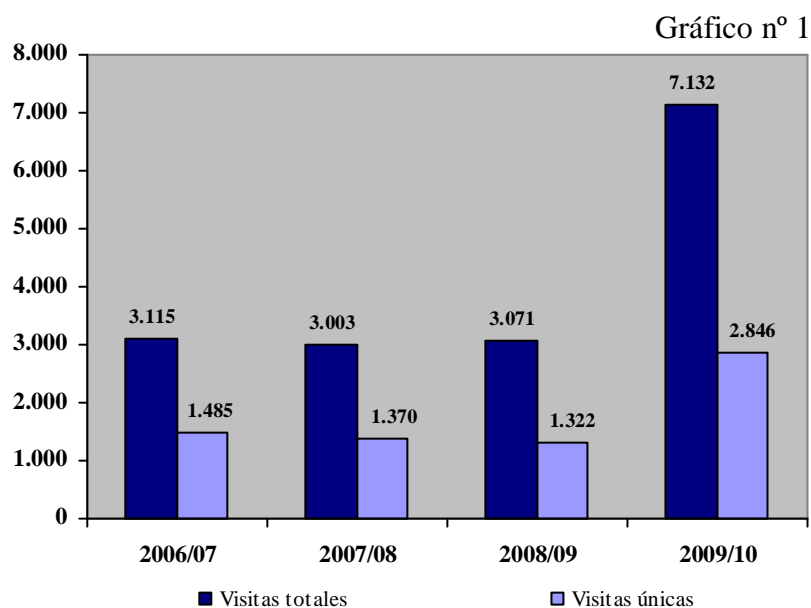
## **7. Presentación de resultados**

Tal y como se señala en la metodología, del análisis de los datos de visitas, totales y únicas, que ha recibido Publiradio.net a lo largo de los últimos cursos académicos, se desprenden algunos de los rasgos principales que dan pistas sobre el uso que se ha hecho de dicha edu-web como fuente de consulta desde septiembre de 2006 hasta junio de 2010. Si se toma en consideración el número de visitas recibidas por curso (Gráfico nº 1), se puede ver cómo durante los cursos 2006/07, 2007/08 y 2008/09



el número de usuarios que entraron en Publiradio.net se mantuvo bastante estable. Sin embargo, en el curso 2009/10 se produce un aumento muy acusado de las visitas, tanto totales como únicas, que pasan a ser más del doble que en los cursos anteriores. Este cambio se ve propiciado por la implantación en la web del apartado Foro Publiradio, a raíz del ciclo de conferencias descrito anteriormente, y que a finales de 2009 se utiliza como espacio de discusión sobre temas relacionados a las intervenciones de los profesionales que asistieron a dicho ciclo. También incide en los resultados la celebración del *I Congreso Publiradio: El poder creativo de la palabra*, que tuvo lugar en abril de 2010.

#### NÚMERO DE VISITAS, TOTALES Y ÚNICAS, POR CURSO ACADÉMICO (DE SEPTIEMBRE A JUNIO)



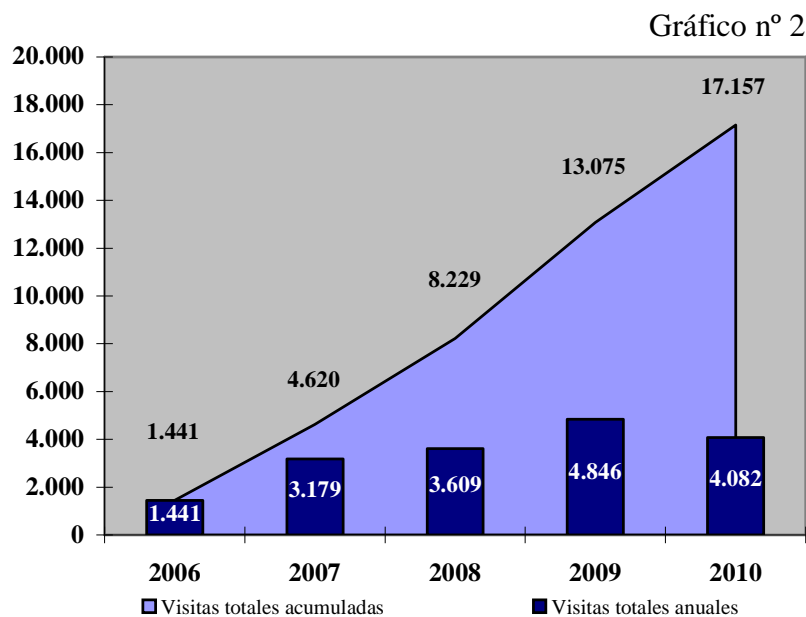
Fuente: Publiradio

Esto parece indicar que el planteamiento de actividades no regladas, aunque por otra parte atractivas (visualización de vídeos, comunicación multidireccional y discusión en los foros, conferencias de profesionales destacados, etc.), hicieron que los estudiantes se implicaran más y decidieran buscar y acceder a la información o a los recursos que la edu-web les ofrecía al respecto.

De manera similar, si analizamos el mismo periodo por años respecto a visitas totales (Gráfico nº 2) y visitas únicas (Gráfico nº 3), vemos cómo hay una leve pero clara tendencia en aumento de los dos tipos. Previsiblemente, a finales de 2010 el incremento producido será mucho más marcado respecto al año anterior, puesto que, contemplando únicamente los datos de los seis primeros meses del año, la cifra de visitas totales está ya muy próxima a la de 2009 y la de visitas únicas la supera. De nuevo, esto se debe a la celebración del mencionado congreso.

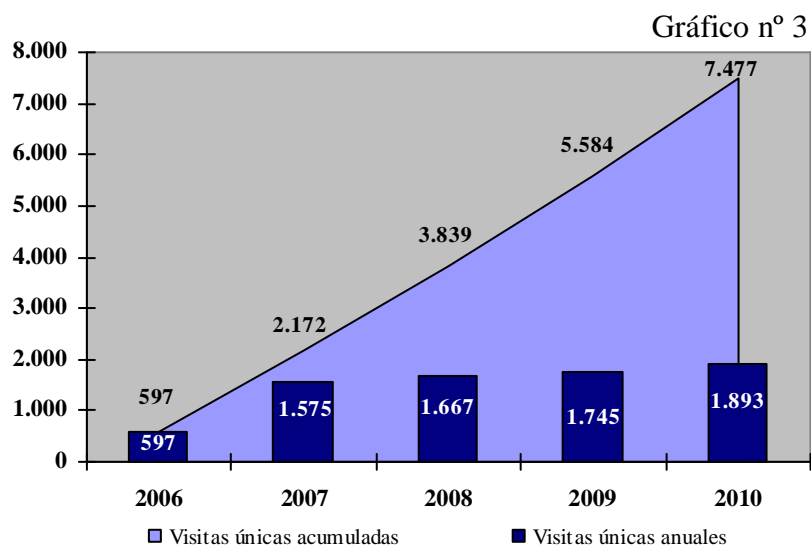
Esta tendencia al alza demuestra que, poco a poco, la web se va conociendo más entre los usuarios y que la celebración del *I Congreso Publiradio* fue de mucha utilidad a la hora de aumentar el grado de difusión de la edu-web, ya no sólo entre los estudiantes, sino también entre los investigadores que a él asistieron. En números absolutos, de septiembre de 2006 a junio de 2010, la edu-web Publiradio.net recibió 17.157 visitas (de ellas 7.477 visitas únicas), datos suficientemente elevados teniendo en cuenta la marcada especificidad de dicha web.

NÚMERO DE VISITAS TOTALES, ANUALES Y ACUMULADAS, DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE SEPTIEMBRE DE 2006 Y JUNIO DE 2010



Fuente: Publi-radio

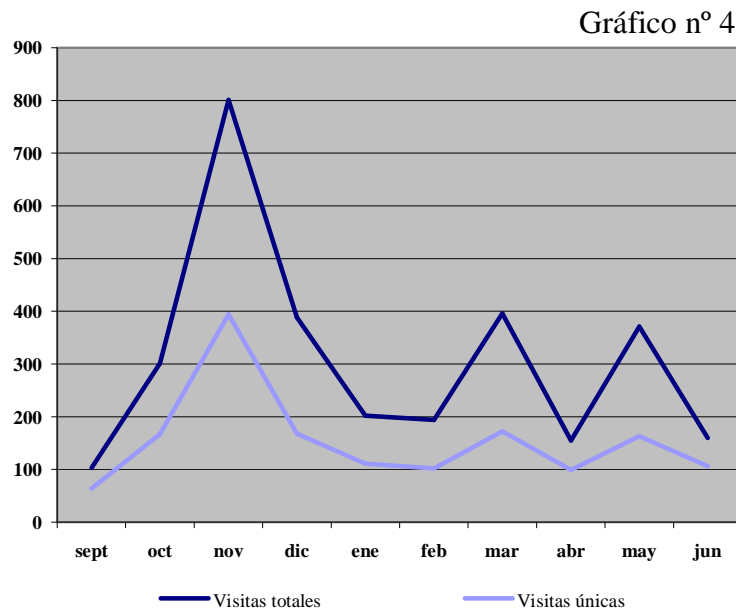
NÚMERO DE VISITAS ÚNICAS, ANUALES Y ACUMULADAS, DURANTE EL PERIODO COMPRENDIDO ENTRE SEPTIEMBRE DE 2006 Y JUNIO DE 2010



Fuente: Publi-radio

Si se analiza en mayor profundidad la evolución de las visitas dentro de un mismo curso, aún se ve más claramente que son los alumnos los que marcan la tendencia, concentrando la actividad en las semanas lectivas, de manera que los picos de la evolución se mantienen durante todo el semestre y las depresiones se producen durante las vacaciones de verano (momento en el que las visitas son casi nulas) y de Semana Santa, y, en menor grado, durante el periodo intersemestral (Gráfico n° 4).

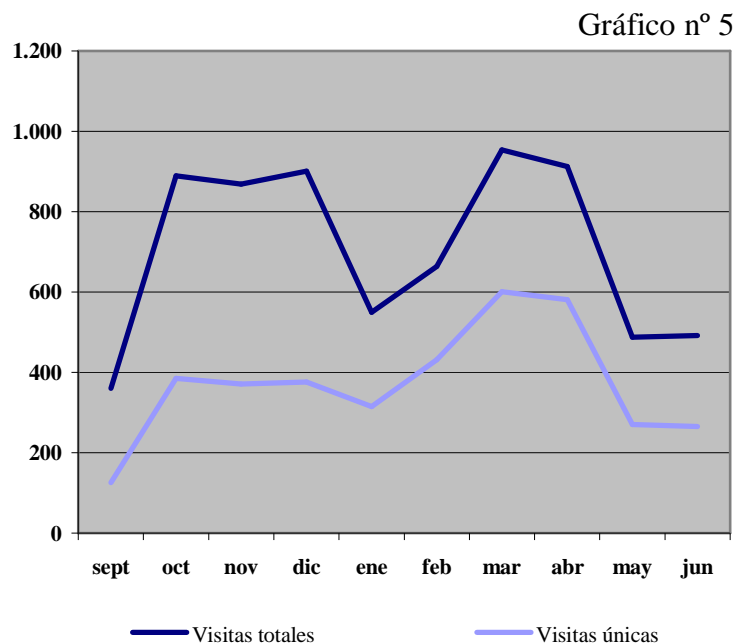
## EVOLUCIÓN DE LAS VISITAS MENSUALES, TOTALES Y ÚNICAS, DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2008/09



Fuente: Publiradio

Si se compara este gráfico con el del curso 2009/10 (Gráfico nº 5) se puede ver, nuevamente, cómo el Congreso, que tuvo lugar una semana después de las vacaciones de Pascua, generó un mayor interés que llevó a los usuarios a consultar más veces Publiradio.net, eliminando la caída de visitas que se produce normalmente todos los cursos durante Semana Santa (llegando incluso a superar las visitas del primer semestre) y minimizando la caída del periodo intersemestral, cuyas visitas fueron tres veces superiores a las del año anterior durante los mismos meses.

## EVOLUCIÓN DE LAS VISITAS MENSUALES, TOTALES Y ÚNICAS, DURANTE EL CURSO ACADÉMICO 2009/10



Fuente: Publiradio

En estos dos gráficos también se puede ver que las consultas de la edu-web analizada se corresponden con el principio de evaluación continuada que proponen el EEES y los créditos ECTS, puesto que el mayor número de visitas se produce durante los meses centrales del semestre y no al final, como sería de esperar en el plan antiguo. En el contexto anterior la mayoría de estudiantes acostumbraba a realizar el esfuerzo final durante el último mes del semestre, que era cuando se tenían los exámenes finales o las fechas de entrega de los trabajos de asignatura.

Por último, si se comparan las visitas semanales de un semestre con las del otro, por cada curso, vemos que el promedio de visitas, tanto totales (Cuadro nº 3) como únicas (Cuadro nº 4), es superior en el primer semestre, cosa que se debe a que es en éste en el que se imparte la asignatura de *Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico* en la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB, materia que se vincula estrechamente con el ámbito temático del que trata Publradio.net. Además, esta asignatura requiere un mayor número de recursos sonoros para la realización de las prácticas, que la edu-web pone a disposición de los alumnos desde el apartado Aula Virtual. La única excepción se produce en el segundo semestre del curso 2009/10, una vez más, por el *I Congreso Publradio*.

#### PROMEDIO SEMANAL DE VISITAS TOTALES POR CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE (excluye periodo intersemestral, Semana Santa y verano)

Cuadro nº 3

CURSO	1r semestre	2º semestre	TOTAL
2006/07	88,7	57,3	74,2
2007/08	82,2	67,2	75,3
2008/09	87,3	65,3	77,2
2009/10	180,2	158,5	169,9
<b>TOTAL</b>	<b>109,6</b>	<b>88,1</b>	<b>99,6</b>

Fuente: Publradio

#### PROMEDIO SEMANAL DE VISITAS ÚNICAS POR CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE (excluye periodo intersemestral, Semana Santa y verano)

Cuadro nº 4

CURSO	1r semestre	2º semestre	TOTAL
2006/07	40,4	29,7	35,5
2007/08	36,4	31,3	34,1
2008/09	37,5	27,9	33,1
2009/10	61,8	73,1	67,2
<b>TOTAL</b>	<b>44,0</b>	<b>40,9</b>	<b>42,6</b>

Fuente: Publradio

Según estos datos, el promedio de visitas totales semanales es de 99,6 y el de visitas únicas semanales, de 42,6, lo cual significa que, de media, cada usuario que visita la edu-web lo hace con una frecuencia de 2,3 veces a la semana.

De nuevo, estas tablas ilustran cómo durante los tres primeros cursos las visitas (totales y únicas) fueron similares en volumen y demuestran el gran incremento producido en el último curso respecto a los anteriores y a la media: 64,5% superior en el primer semestre y 79,9% en el segundo para las visitas totales y 40,4% en el primer semestre y 78,5% en el segundo para las visitas únicas.

## 8. Conclusiones

Todo lo expuesto anteriormente demuestra que las edu-webs son un recurso eficaz para facilitar y promover el trabajo autónomo de los estudiantes y ayudarles a desarrollar las competencias exigidas por el EEES. Publiradio.net es un claro ejemplo de ello, aplicado al ámbito específico de la publicidad y la comunicación radiofónica, y su conocimiento y uso se manifiesta en las 17.157 visitas totales y las 7.477 visitas únicas que ha recibido en los últimos cuatro cursos académicos.

De hecho, Publiradio.net se presenta como una herramienta de referencia para los estudiantes de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB, puesto que son ellos los que marcan la tendencia en el número de visitas que recibe la web, concentrándolas a lo largo de los periodos lectivos, de una forma continua sólo interrumpida por las pausas vacacionales y el periodo intersemestral.

Los datos analizados también revelan que a mayor dificultad de la asignatura, mayor es la actitud pro-activa de los estudiantes. Como muestran los gráficos presentados, se observa un mayor número de visitas durante el primer semestre, en el cual se imparte la asignatura de *Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico*, que en el segundo, cuando se estudia *Redacción y Locución en los Medios Audiovisuales*. La complejidad de la primera asignatura (en la cual, entre otras cosas, se deben escribir breves guiones de inserciones radiofónicas y posteriormente grabarlos en el estudio de radio) lleva a los estudiantes a mostrarse más dispuestos a complementar sus conocimientos con los contenidos de la web, así como a buscar en ella recursos sonoros para la realización de sus prácticas. Esto se ve corroborado por una investigación realizada por el grupo Publiradio en el año 2008 entre los estudiantes de la mencionada titulación<sup>9</sup>, según la cual los recursos sonoros, la fonoteca y las lecciones eran los contenidos de Publiradio.net más usados, valorados y recordados por los estudiantes de esa época.

De todos modos, el aumento de visitas del primer semestre respecto al segundo también puede estar influido por el hecho de que la asignatura de *Teoría y Técnica del Lenguaje Radiofónico* se imparte en el curso que sigue al de la asignatura de *Redacción y Locución en los Medios Audiovisuales*, por lo que en el primer semestre la edu-web ya es conocida por los alumnos de radio.

Por último, vemos que durante el curso 2009/10 se produce un crecimiento exponencial de las visitas, el cual demuestra que la implementación en las edu-webs de contenidos más atractivos -con vídeos, texto, imágenes, enlaces y posibilidad de intervención por parte del mismo usuario- vinculados a actividades no regladas favorece la consulta de este tipo de webs e incide sobre los alumnos, motivándolos a tener una actitud mucho más pro-activa y de implicación en su proceso de formación fuera de las aulas. Por lo tanto, las instituciones y organismos responsables de alguna edu-web deberán tener muy presentes este tipo de contenidos, para servirse de ellos a modo de reclamo con el que atraer a los estudiantes para que participen y elaboren su propio conocimiento.

En conclusión, Publiradio.net ofrece a los alumnos del área de la comunicación, y, más específicamente, a los de Publicidad y Relaciones Públicas, una herramienta de

---

<sup>9</sup> BALSEBRE TORROJA, A., BARBEITO VELOSO, M.L., FAJULA PAYET, A., PERONA PÁEZ, J.J., RICARTE BESCÓS, J.M., “El uso de Publiradio.net entre los estudiantes de Publicidad y RR.PP.: innovación, interacción y refuerzo para la docencia”, en *Congreso Internacional Europa/América Latina ATEL: Alfabetización mediática y culturas digitales*, Sevilla, mayo de 2010 [en línea]. Disponible en web: [http://www.clonica.net/usuario/img\\_usuario/publiradio.net/Des\\_Inv/Balsebre\\_Barbeito\\_Fajula\\_Perona\\_Ricarte20100418\\_EDITADO-4824.pdf](http://www.clonica.net/usuario/img_usuario/publiradio.net/Des_Inv/Balsebre_Barbeito_Fajula_Perona_Ricarte20100418_EDITADO-4824.pdf) (Consulta: 5 de julio de 2010).

soporte al aprendizaje que aglutina, en un mismo espacio virtual y multimedia, información académica, foros de discusión e intercambio de ideas, novedades del mercado publicitario y radiofónico, recursos de creación sonora y una fonoteca en la que encontrar ejemplos de lo que se hace y lo que se ha hecho en el sector. Todos estos recursos se pueden consultar en cualquier momento y desde cualquier lugar. Así, los contenidos reflejan la función informativa y comunicativa que desempeña Publi-radio.net y es, precisamente, de la suma de estas dos funciones de la que nace su vocación formativa.