

edmetic

Revista de Educación Mediática y TIC



**Propuestas educomunicativas desde Uniradio. De infantil a la Universidad**  
***Educommunicative proposals on the Uniradio: from pre-primary to university***

Fecha de recepción: 20/07/2016  
Fecha de revisión: 20/07/2016  
Fecha de aceptación: 03/08/2016

**Propuestas educomunicativas desde Uniradio: De Infantil a la Universidad**  
*Educommunicative proposals on the Uniradio: from pre-primary to university*

**Paloma Contreras Pulido<sup>1</sup>, Ana Duarte Hueros<sup>2</sup> & M<sup>a</sup> Dolores Guzmán Franco<sup>3</sup>**

**Resumen:**

La radio, como medio de comunicación social presenta un gran potencial como espacio abierto a la participación de todo el mundo –mayores y pequeños-. El eje vertebrador de este estudio ha sido describir una serie de buenas prácticas que hemos llevado a cabo en Uniradio, emisora de radio de la Universidad de Huelva, en colaboración con maestros, educadores y familias. Prácticas en las que hemos pretendido dar voz a los más pequeños, convirtiéndolos en los verdaderos protagonistas de la comunicación, expresando sus ideas, sentimientos y necesidades, haciéndolos así partícipes activos de la sociedad que les rodea, y tomando como eje central de nuestra actividad lo que en su momento el profesor Pérez Tornero denominaba: "aprender a vivir en el entorno vital que generan los medios". En base a la reflexión crítica sobre estas prácticas, pretendemos contribuir a orientar y dar pautas sobre cómo se pueden llevar a cabo buenas prácticas educomunicativas basadas en la etapa Infantil, como propuestas integradas en la formación inicial del Grado universitario de Educación Infantil, en el marco de las materias de "TIC aplicadas a la Educación Infantil", y "Cultura, valores y medios de comunicación" de 1º y 2º curso respectivamente.

**Palabras claves:** Alfabetización mediática; Educación Infantil; Educomunicación; Formación del Profesorado

**Abstract:**

Radio as a means of social communication has great potential. It is an open space for the participation of everyone -children and seniors. In this study, our intention was to describe a number of good practices that have been carried out in Uniradio, radio station of the University of Huelva, in collaboration with teachers, educators and families. Radio as a means of social communication has great potential because it is an open space for the participation of all the world-children and seniors. In this study, our intention was to describe a number of good practices that have been carried out in Uniradio, radio station of the University of Huelva, in collaboration with teachers, educators and families. Practices in which we have tried to give voice to children, making them the real protagonists of communication, expressing their ideas, feelings and needs, thus making them active participants in the society around them, and taking as the core of our business what at the time professor Pérez Tornero (2009) called "learn to live in the living environment generated by the media". Based on critical reflection on these practices, we would like to help to guide and

---

<sup>1</sup> Universidad de Huelva (España); [paloma.comtreras@uhu.es](mailto:paloma.comtreras@uhu.es)

<sup>2</sup> Universidad de Huelva (España); [duarte@dedu.uhu.es](mailto:duarte@dedu.uhu.es)

<sup>3</sup> Universidad de Huelva (España); [maria.franco@dedu.uhu.es](mailto:maria.franco@dedu.uhu.es)

***Propuestas educomunicativas desde Uniradio: De Infantil a la Universidad***

---

provide guidelines on how to conduct good educommunicative practices based on the infant stage, as integrated into the initial training of university degree in Early Childhood Education in the framework of the materials proposed of "ICT in Early Childhood Education" and "Culture, values and media". Subjects taught in 1st and 2nd year respectively.

**Keywords:** Media Literacy; Early Childhood Education; Educommunication; Teacher Training.

## 1.- Introducción

Ya inmersos en el siglo de las tecnologías, en la era de la revolución digital, de la nueva comunicación como base del sistema social, se ve necesario preparar a sus integrantes, alfabetizar tanto a mayores como a pequeños en los lenguajes actuales, en sus significados y significantes, implantando en todas las etapas educativas y formativas intervenciones que faciliten la adquisición de competencias mediáticas.

Coincidimos con autores como Cabero (2011), Melgarejo y Rodríguez (2013), Trujillo (2015) entre otros, en la necesidad de que la alfabetización digital y mediática, se trabaje desde perspectivas más integradas y activas que desde la mera formación a nivel técnico, tomando como referentes otro tipo de criterios éticos y morales que ayuden a minimizar y prevenir problemáticas como las surgidas por conductas mal orientadas en la Red, y en la mala utilización de recursos tecnológicos actuales (videojuegos, Smartphones, tablets...). Al fin y al cabo, alfabetizar (digitalmente o no) no es más que educar y, educar, no es sólo enseñar unos conceptos teóricos aplicados a materias concretas, educar es enseñar a vivir en libertad con uno mismo y con los demás.

En el mismo sentido, se concluye en el estudio coordinado por Ferrés (2011) sobre la competencia mediática de la ciudadanía española, cuyos resultados ponen de relieve las graves carencias que presentan en relación a la misma.

Competencia mediática definida como "capacidad para interpretar mensajes audiovisuales de manera reflexiva y crítica y para expresarse a través del audiovisual con unos mínimos de corrección y creatividad" (Ferrés, 2011, p.81). Concepto que en un sentido amplio abarcaría no sólo la dimensión puramente tecnológica, sino también la dimensión estética de los medios, pasando por la ideológica y de valores, el lenguaje, la recepción y la audiencia, y la producción y programación de los medios.

Como señala Marín-Díaz (2013, p. 2) "desde la etapa del jardín de infancia hasta las aulas de mayores, todos necesitamos esa capacidad y el desarrollo de las habilidades que hagan que los medios estén a nuestro servicio, no al revés."

Al explorar las leyes educativas actuales, en cuanto a integración de la competencia digital e inclusión de las TIC se refieren, tenemos que remontarnos a 2006 con la publicación de la LOE (Ley Orgánica de Educación) en la que se indica que “la educación es el medio más adecuado para garantizar el ejercicio de la ciudadanía democrática, libre y crítica, que resulta indispensable para la constitución de sociedades avanzadas, dinámicas y justas” (p.1). Se destaca, también, el deseo de mejorar y “desarrollar las aptitudes necesarias para la sociedad del conocimiento, garantizar el acceso de todos a las Tecnologías de la Información y la Comunicación” (p.5) y se aprueba, entre otras competencias básicas, “Tratamiento de la información y competencia digital TICD” que aludía a “disponer de habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento. Incorpora diferentes habilidades, que van desde el acceso a la información hasta su transmisión en distintos soportes ... incluyendo la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación como elemento esencial para informarse, aprender y comunicarse...”.

Y en el ámbito que nos ocupa, de la Educación Infantil, en la orden ECI/3960/2007, de 19 de Diciembre, se establece el Currículum de Educación Infantil y se insta al tratamiento educativo del lenguaje audiovisual y las TIC presentes en la vida infantil “que, a partir del uso apropiado y significativo, inicie a niñas y niños en la comprensión de los mensajes audiovisuales y su utilización ajustada y creativa” (Orden ECI/3960/2007, p. 1027).

En diciembre de 2013 se publica la reforma de la LOE, que pasará a denominarse LOMCE (Ley Orgánica para la Mejora de la Calidad Educativa), donde se destaca que “los profundos cambios a los que se enfrenta la sociedad actual demandan una continua y reflexiva adecuación del sistema educativo a las emergentes demandas de aprendizaje”.

Con esta modificación se pretende incorporar, de manera generalizada, las TIC en el aula y, con ello, personalizar la educación, adaptándolas a las necesidades de cada sujeto, mejorando el apoyo y profundizando en determinados temas de formación. Además, se pretende fomentar el uso responsable de las mismas desde edades tempranas.

Desde nuestro punto de vista, existen variadas y múltiples razones para

explicar la necesidad de que se integre y trabaje la competencia mediática en contextos educativos desde la etapa infantil hasta los niveles superiores:

- Porque la escuela, como institución social y educativa, no puede dar la espalda y ser ajena a la cultura y tecnología de su época.
- Porque los actuales alumnos/as son usuarios habituales sin formación de las distintas tecnologías digitales (videojuegos, Internet, redes sociales, televisión digital, móviles, cámaras, etc.).
- Porque la escuela debe alfabetizar y desarrollar las distintas competencias y habilidades de uso de los medios y tecnologías de la información y la comunicación, de forma que preparen a los niños y jóvenes ante los retos de la sociedad del futuro.
- Porque la educación mediática puede ayudar a innovar y mejorar los procesos de enseñanza y aprendizaje que desarrollamos en las aulas y centros educativos.

Muy relacionado con lo que comentamos se encuentra el tema de la formación del profesorado en este tipo de competencias. Creemos no equivocarnos al afirmar que esta formación es crucial para conseguir una mayor y mejor educación mediática de la ciudadanía en general.

Si en la primera etapa de introducción masiva de los ordenadores e Internet en casi todos los ámbitos de nuestra vida, incluido el educativo, a finales del siglo XX, se solía asociar de forma directa que la mera introducción de las TIC en el aula y en los centros educativos, les imprimía un alto carácter innovador, en las investigaciones que se han venido realizando desde entonces, se ha ido desmontando tal afirmación, demostrando que para que la innovación tecnológica tenga algún valor añadido en la innovación educativa, es necesario ir más allá de la simple introducción a su verdadera integración como recursos didácticos. Es necesario que el profesorado se realice cuestionamientos previos sobre ¿Por qué y para qué utiliza un determinado recurso? ¿Qué es lo que pretende conseguir y cómo se puede realizar?

En definitiva, las TIC, indudablemente, presentan características propias - como su carácter multimedia, interactivo y distribuido - muy interesantes para la enseñanza y el aprendizaje, si bien es imprescindible que el profesorado

sepa utilizarlas de forma correcta y adecuada en el proceso educativo para que esa potencialidad se convierta en realidad y no en una sobrecarga de trabajo para ellos y para sus alumnos (y familias).

## **2. Infancia y los medios de comunicación**

Uno de los colectivos protagonistas de los medios de comunicación son los niños. Pero, desde una mirada más atenta, observamos que lo son, sólo, como "objetos del discurso". Ya sea, como actores principales de noticias, casi siempre espectacularizadas, ya sea como potenciales consumidores, o consumidores de facto, de innumerables productos presentes en anuncios y series de televisión.

En este sentido, Sotelo y otros (2014, p. 132) reconocían cómo "en demasiadas ocasiones, cuando aparecen en los medios, los niños no lo hacen de las formas más adecuadas, o en sus apariciones desempeñan un papel de carácter simbólico, decorativo o, incluso, sesgado, con lo que se crean frecuentemente imágenes públicas distorsionadas o inapropiadas de este colectivo social o se desaprovecha su gran potencial creativo en términos de aportación democrática a su sociedad".

Esta situación nos lleva a plantearnos cuestiones como ¿En qué momento los más pequeños se hacen protagonistas reales del discurso?, ¿Cuándo se les invita a poner voz a los micrófonos en los medios de comunicación?, ¿Cuándo se hace real el derecho de los menores reconocido en la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, a "participar plenamente en la vida social, cultural, artística y recreativa de su entorno, así como a una incorporación progresiva a la ciudadanía activa"?

Es complicado dar respuesta a estas cuestiones, entre otros motivos porque, tal y como concluyen los autores anteriores, "apenas existen estudios y reflexiones sobre participación infantil real y efectiva en medios de comunicación. Se trata de una línea de investigación, tanto en su vertiente cuantitativa como cualitativa, muy escasamente desarrollada." (cit. al., 138)

El derecho a la participación de la infancia en los medios de comunicación (entendidos como parte importante actualmente de la vida "social, cultural, artística y recreativa")" viene recogido en distintas leyes, como la anteriormente citada, así como es considerado por la ONU un Principio

Fundamental (junto con: la no discriminación, el interés superior del niño, el derecho a la vida, a la supervivencia y al desarrollo) que sustentan los Derechos del Niño (figura 1) aprobados en su Asamblea en 1989.



Figura 1. Los Derechos del Niño a partir de: Plataforma de Infancia <http://goo.gl/jHg0r3>

En cambio, en nuestro contexto, todavía no parece que se esté atendiendo de forma conveniente, encontrándonos además con una importante falta de documentación científica relacionada con el tema de la participación infantil en los medios.

Precisamente, en este documento, nuestra intención ha sido trabajar en esta línea, describiendo y reflexionando sobre una serie de prácticas que hemos llevado a cabo en Uniradio, emisora de radio de la universidad de Huelva, en colaboración con maestros, educadores y familias, para darles voz a los más pequeños y hacerlos partícipes de la sociedad en la que viven. De esta forma quisiéramos contribuir a orientar y dar pistas sobre cómo se pueden llevar a cabo buenas prácticas educomunicativas en las que la infancia es la verdadera protagonista.

Además, la participación infantil y juvenil en los medios de comunicación, presentan un gran potencial como espacio abierto a tal



participación. Como ya ponían de manifiesto en su momento Bucht y Von Feilitzen (2001) en cuanto que, dicha participación presenta un valor añadido, ya que: ayuda a reforzar su imagen y autoestima, al sentir que son escuchados, comprendidos y que forman parte activa de su comunidad; ayuda a conseguir una mayor motivación para aprender al involucrarse en tareas diferentes a las que hacen de forma cotidiana; ofrece también interesantes oportunidades para el desarrollo de sus competencias lingüísticas y comunicativas; sin olvidar que es quizá la mejor forma de mejorar sus competencias en alfabetización mediática en toda su globalidad, al permitirles conocer in-situ cómo funcionan los medios

De hecho, junto al acceso a la información y a la participación, existe también un creciente interés y especial preocupación en los entornos educativos e investigativos sobre la importancia de adquirir una verdadera alfabetización mediática para llegar a la formación de una ciudadanía activa. De esta manera, no sólo la recepción sino también la participación en los medios de comunicación y las tecnologías se realizarán de manera más crítica y saludable.

Hoy en día es indiscutible que somos "ciudadanos mediáticos" (González y Contreras-Pulido, 2013) y como tales, debemos contar con el derecho a ser educados desde este punto de vista (Contreras-Pulido y Aguaded, 2012). Algo defendido también por otros autores, como Fernández-Chapou, 2009).

Como afirmamos en otro momento (García-Ruiz, Duarte-Hueros y Guerra, 2014, p. 82) parece oportuno que:

"[...] a los cuatro pilares propuestos por Delors (1996) como base de la educación a lo largo de la vida: aprender a conocer, aprender a aprender, aprender a convivir y aprender a ser, podríamos añadir uno más, definido por Pérez Tornero (2009) en una conferencia presentada en el Senado como "aprender a vivir en el entorno vital que generan los medios". Es decir aprender con, sobre y ante los medios; y no sólo desde una perspectiva instrumental sobre cómo usar dichos medios, sino más bien desarrollar capacidades críticas y reflexivas sobre los medios que les rodean".

Teniendo en cuenta todo lo anterior y frente a la problemática a la que

nos hemos referido, también podemos encontrar algunos nichos en los que la alfabetización mediática, la participación ciudadana, y por ende la infantil, sí son posibles. Este es el caso que nos ocupa en este trabajo. En él nos detendremos en significar de manera descriptiva la experiencia de una emisora de radio universitaria, Uniradio, ubicada en la Universidad de Huelva y que consideramos que puede servir de ejemplo de buenas prácticas, donde los niños han tenido un papel clave en algunos momentos de su programación.

### **2.1. Uniradio, una emisora donde también los niños hablan**

Uniradio es la radio de la Universidad de Huelva (España). Esta emisora, sin ánimo de lucro y enmarcada desde el punto de vista legal en una emisora cultural, social y educativa, nace en 2007 en el seno de esta institución universitaria. Junto con otras 22 emisoras de radios universitarias enmarcadas en el contexto español y pertenecientes a la Asociación de Radios Universitarias de España (ARU) conforman el panorama de este tipo de radios en nuestro país. Concretamente en la universidad onubense no existen estudios de comunicación, por lo que la radio se concibió desde sus inicios como un foro para que los distintos colectivos sociales, tanto de dentro de la universidad como de fuera: profesores, alumnos y ciudadanos en general, pudieran expresarse, cumpliendo así su función de servicio público y acogiendo al derecho de información, pero también de comunicación (de comunicar) recogido tanto en la Declaración de Derechos Humanos (art. 19) como en nuestra Constitución (art. 20).

Sus fines, por tanto, no deben ser otros que solidarios y de verdadero servicio público. Para que esto se cumpla, se requiere de un compromiso férreo, ya que este tipo de emisoras representan instancias que pretenden impulsar las causas fundamentales de la ciencia, la cultura, el análisis crítico y de responsabilidad de una sociedad.

La radio, como medio de comunicación, ofrece también una particular ventaja. Es un medio fácil en su desarrollo y otorga a los comunicadores cierta tranquilidad frente a otros medios como la televisión. Este es el caso del trabajo con niños en el estudio, al no existir cámaras llega a conseguirse un ambiente más relajado y natural, consiguiéndose un resultado más espontáneo.

Haciendo un recorrido por la programación de la emisora onubense se observan diferentes experiencias que tienen a los niños como locutores claves. Por ejemplo, los menores con sobredotación intelectual y su familia. Una vez más, son los más pequeños junto con sus padres, los que plantean las dificultades con las que cuentan como por ejemplo que son conocidos tradicionalmente como superdotados o que tienen serias dificultades de integración, así como para lograr su trayectoria escolar obligatoria con eficacia, sobre todo ante la invisibilidad en la que en la mayoría de los casos se ven sometidos. "Supernormales" es el nombre de este espacio que tiene una emisión de carácter mensual y lleva cinco cursos en antena.

Otro ejemplo de las posibilidades de incorporación de contenidos relacionados con la infancia son los programas radiofónicos puntuales con grupos de niños y jóvenes, estudiantes de colegios e institutos, y que se encuentren en programas de atención específica o con necesidades educativas especiales.

En la radio de la Universidad de Huelva se han llevado a cabo, desde hace ya varias temporadas, programas elaborados conjuntamente con el equipo de profesores y de orientadores de varios Colegios e Institutos de la provincia, llegándose a incorporar esta actividad dentro del currículum regular de alguna de las asignaturas. En la actualidad por ejemplo, una vez a la semana realizan su programa los menores del Colegio Ciudad de los Niños de Huelva, cuyo título es "Ciudad sin Ley".



Figura 2. Logo del programa "Ciudad sin ley" de Uniradio.

En él realizan un acercamiento a este medio de comunicación visitando una vez a la semana la universidad y su radio, y realizando y produciendo ellos mismos su programa desde el punto de vista técnico y de contenido.

La misma situación sucede con otros menores, en este caso de una etapa educativa superior perteneciente al IES La Marisma de Huelva que también, una vez a la semana, realizan su programa de tinte social, filosófico y

cultural "La Caverna".



Figura 3. Logo del programa "La caverna" de Uniradio.

Pero no solo de programas se nutre la radio. Las cuñas publicitarias también son fundamentales. En el caso que nos ocupa, el de Uniradio, esta emisora utiliza estos elementos de transición como oportunidad para dar contenido social y educativo a su parrilla.

## **2.2. Pequeños locutores: las cuñas sociales infantiles de Uniradio.**

Sin duda, la publicidad ha sido un elemento de la comunicación analizado en numerosas ocasiones en el ámbito científico, como herramienta de persuasión poderosa que conlleva el cambio de hábitos de toda una sociedad. Su lenguaje y su capacidad de inmersión en las mentes de los ciudadanos ha supuesto que sea tenida muy en cuenta también como ayuda eficaz para cambiar tendencias como la desigualdad o el respeto a la infancia, por ejemplo.

Una de las experiencias que más expectativas ha generado y que ha supuesto una labor creativa y de trabajo colaborativo con personas e instituciones expertas en el trabajo de servicio público a nivel local y también nacional, ha sido la elaboración de las Cuñas Sociales en Uniradio, una publicidad sin ánimo de lucro que ha dado lugar al reconocimiento de instituciones educativas y del ámbito de lo social a la radio de la Onubense (Premio Andaluz de Voluntariado, Premio Nacional de Juventud, Premio a la Innovación Docente, Premio de Periodismo educativo, etc.)

A partir de esta propuesta comunicativa se configura una programación que recoge programas de perfil educativo, cultural y social como hemos visto, pero además, se procede a complementar la parrilla de emisión con pausas que contendrán cuñas exclusivamente con contenido social.

Durante la primera temporada de Uniradio (2007-08), estas cuñas

intentaban fomentar hábitos saludables como el deporte, la lectura, el cine, la amistad, el respeto por los animales y la naturaleza, la infancia, etc. (González, Valor y Contreras-Pulido, 2011).

En las siguientes temporadas, se han creado campañas como "¿Realidad o ficción: de qué lado estás?", dedicada a educar y fomentar entre los oyentes el respeto a la vida, las libertades individuales, la democracia, la convivencia y otros valores fundamentales recogidos en la Declaración Mundial de los Derechos Humanos.

El lema se eligió con el cometido de hacer una llamada de atención a la audiencia sobre las expectativas, estereotipos o invisibilidad que a menudo se tiene sobre diversos colectivos, o realidades. Así, por ejemplo, se podían escuchar las palabras de un inmigrante (Sheriff) llegado en patera, que a la pregunta de qué es lo que quisiera pedir a la gente, respondía que "tan sólo quería que la sociedad conociese África de verdad y todas sus maravillas y belleza". Frente a lo que se podía esperar de una persona con acuciantes necesidades, Sheriff utilizó su tiempo en la radio para pedir "otra mirada a su país".

De esta forma, en esta campaña son protagonistas aquellos que tienen algo que contar, los que ofrecieron su propio testimonio: sin-techo, alumnos y profesores, niños, inmigrantes, etc. Es decir, se planteó la estrategia de dar voz a colectivos que por lo general tendrían mucho que decir pero que sin embargo suelen ser principalmente "objeto del discurso" más que protagonistas del mismo. Este es el caso de los niños que participaron en ella. Igual que Tonucci (1996) que en sus numerosos estudios demanda "Una ciudad para y de los niños", con esta campaña también se pretendía considerar un medio de comunicación como la radio, para y de los niños.

Y así ha sido. El espacio destinado a los niños se desarrolló en dos píldoras o cuñas radiofónicas que fueron elaboradas, pensadas y creadas por los propios pequeños. Niños y niñas desde los 4 hasta los 10 años que se apropiaron del estudio de grabación, de los micrófonos y por ende de las ondas y expresaron sus inquietudes, sus problemas así como sus expectativas futuras.

El proceso se llevó a cabo de la siguiente manera: En un primer momento, se hizo una invitación a través de colectivos, asociaciones y

personas en particular que quisieran participar en la elaboración de la campaña.

Una vez que acabó el proceso de apertura a la participación, con los niños que se presentaron y que finalmente quisieron participar, se compartieron diversos momentos con el equipo de la emisora.

En este tiempo se les explicó el funcionamiento de la misma y se realizaron diversos ejercicios a través del juego para familiarizarles con los micrófonos. Se les pidió que hablaran libremente sobre diversos temas que previamente ellos mismos decidieron comentar.

A través de una lluvia de ideas se seleccionaron las siguientes temáticas: padres, madres y hermanos, profesiones, qué cambiarían del mundo... dejando espacio para la espontaneidad y el discurso libre.

Así, entre las cuestiones a destacar en el discurso de los niños está la importancia que le da Pablo (7 años) a que "los padres eduquen a sus hijos para que no tiren papeles al suelo". O Gonzalo (8 años) al que le gustaría que "no hubiera tanta luz por la noche para así poder ver las estrellas". Para Andrea (6 años) sus hermanos son muy importantes porque "si no se sentiría sola y no tendría con quién jugar". Ángel (10 años) cuenta cómo "un día un niño se cayó y él le ayudó" dándole enorme importancia a este hecho. Carlota (4 años) quiere ser florista, Pablo "se está integrando en el fútbol" y todos coinciden en que los niños no deben enfadarse y deben seguir adelante. La cuña termina con la petición unísona de "¡Escúchanos!" por parte de estos pequeños.

En la segunda de las cuñas, nuestros pequeños grandes protagonistas hablan de que, a veces, ellos no hacen muy felices a sus padres, a pesar de que éstos "les cuentan cuentos antes de dormir". Gonzalo (8 años) destaca, por ejemplo, la fuerza de su madre.

En cuanto a cómo ven el mundo, afirman que les gusta tal y como es, aunque quitarían "las ondas de humo"; y por último, Pablo (7 años) también expone que es "demasiado pequeño para resolver tantos problemas".

Desde el curso 2010-2011 la emisora puso en marcha otra campaña de cuñas sociales, que aún se mantiene activa, dedicada igualmente a diversos colectivos, entre ellos, los niños.

Esta publicidad social se denominó en esta ocasión "Lo que necesita escuchar la gente" donde se nos presenta una campaña en la que las cuñas aluden directamente a las personas, en un directo tú a tú con el oyente, donde los ánimos, las reafirmaciones, los momentos de relax, se incorporan a cualquier instante de cualquier día. ¿Qué se supone que necesita escuchar la gente de boca de los más pequeños? En este caso se les dio voz haciéndoles esta pregunta a ellos, y en la voz de una niña de 6 años el resultado se muestra en un mensaje en el que, con distintas frases, se dice: "Te quiero", "Eres importante para mí", "¡Dame un abrazo", "¿me das tu mano?", "¡Toma beso", "¡juega conmigo!", "Quiero que nos ríamos juntos", "¿Te apuntas a volar?". En definitiva, podríamos preguntarnos, tal y como decía el lema de una de las campañas de Uniradio, si es realidad o ficción lo que escuchamos en las voces de estos pequeños y es que, quizás, con no brindarles la posibilidad de la participación en los medios de comunicación, la sociedad puede perderse verdaderas lecciones de cordura por parte de estos "pequeños sabios".

### **3. Diseño de prácticas educomunicativas para los maestros en las ondas de infantil**

Conscientes de la importancia de formar a futuros maestros y maestras en educación mediática y competencias TIC, abordamos en el contexto universitario, la planificación y desarrollo de prácticas audiovisuales canalizadas a través de la radio como recurso educativo en la etapa infantil.

Para el desarrollo de estas propuestas nos planteamos como objetivos los que detallamos a continuación:

- Debatir con los futuros profesionales de la Educación Infantil el poder de la comunicación y su importancia en la sociedad como base de nuevas tendencias mediáticas.
- Analizar buenas prácticas basadas en la integración de la radio como recurso educativo, coordinado con el resto de elementos que conforman la planificación didáctica.
- Plantear temáticas atractivas para ser analizadas y expuestas en emisoras de radio con fin educativo.
- Planificar, diseñar y producir programas infantiles y experiencias

radiofónicas educativas que puedan ser emitidas: cuñas, noticieros, entrevistas, tertulias, concursos, etc.

- Coordinar con centros educativos visitas a la emisora de radio en la que exponer y experimentar las experiencias planteadas por los alumnos.

- Compartir de forma colaborativa las prácticas desarrolladas y crear un repositorio digital desde el que compartir con instituciones, centros educativos y familias el acceso y descarga de prácticas educomunicativas basadas en radio.

Comenzamos con interrogantes claves que van permitiendo avanzar en el diseño y producción de las prácticas y se plantea como guión orientativo o pautas básicas las que reflejamos en la siguiente imagen.

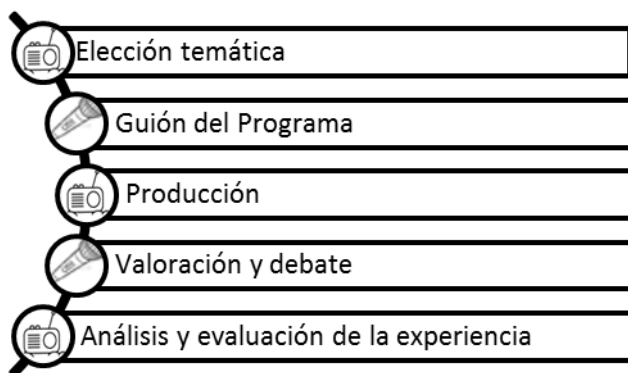


Gráfico 1. Guion base de las propuestas.  
Fuente: elaboración propia.

De forma paralela a la adquisición de competencias mediáticas, se trabajan otras lingüísticas y expresivas del alumnado, persiguiendo que mejore su nivel de expresión escrita, su capacidad para trabajar en equipo y su creatividad.

La fase final, la constituyen la creación de espacios telemáticos tales como fonoteca infantil o blogs, en los que alojar información, acceso a la programación, galería de imágenes, foros, agenda de emisiones, etc.

Hay que resaltar la buena acogida por parte del alumnado acerca de estas prácticas, vivenciándose una gran motivación y trabajo colaborativo en todo el proceso, en la línea con los resultados obtenidos por otros autores en relación a las TIC como herramientas innovadoras y motivadoras (Abarzúa y



Cerda, 2011; Mueller, Wood, Willoughby, Ross y Specht, 2008; Watts y Lloyd, 2004). En nuestro caso, potenciado por el hecho de que se presentan experiencias muy innovadoras a nivel mediático y didáctico, y para nuestros estudiantes se presentan como una oportunidad para conectar con centros educativos e integrar sus conocimientos en una actividad real y práctica.

Las posibilidades de continuidad que permite esta experiencia son muy numerosas, a nivel organizativo, con la propuesta de rincones en el aula; a nivel interdisciplinar, trabajando materias y competencias curriculares; a nivel evolutivo, en todas las etapas educativas y a nivel colaborativo, con otros centros e instituciones.

#### **4. Reflexiones finales para continuar**

En base a las experiencias llevadas a cabo, consideramos que debemos proponer como línea prioritaria de actuación en la formación en competencias mediáticas, la recuperación del discurso pedagógico en la formación inicial de los futuros profesionales de la Educación Infantil, y de todos los responsables de los ámbitos de la educación formal y de la educación no formal.

Será necesario, por consiguiente, abordar una formación inicial centrada en la adquisición de competencias mediáticas de forma general, y en su uso e implementación educativa que dé cuenta de las posibilidades didácticas de los recursos mediáticos como fuentes de aprendizajes directos o como medios o recursos que posibilitan la adquisición de unos conocimientos, procedimientos, actitudes y valores determinados. Esto implica, a su vez, una revisión en los actuales planes de estudio de los Grados universitarios de Educación Infantil, de los contenidos destinados a estos fines y de las metodologías didácticas para alcanzarlos.

Es importante, que en los procesos educativos se enseñen las habilidades para relacionarse, así las personas se pueden entender mejor los mensajes y el proceso comunicativo, sin olvidar el manejo de las nuevas tecnologías y herramientas que mejoran esta comunicación. En esta línea, González (2011) alude a la importancia de que las escuelas se tienen que abrir a las nuevas tecnologías comunicativas también como método de reflexión y de análisis a fin de fortalecer la convivencia democrática.

Hay mucho por avanzar en educación mediática y la responsabilidad es de toda la sociedad, la escuela, la familia, las empresas audiovisuales, las instituciones y la administración pública. La falta de formación en torno a la competencia mediática puede llegar a ser una nueva forma de analfabetismo que pondrá en riesgo de exclusión social a los individuos que carezcan de ella y numerosos expertos y profesionales del ámbito de la docencia e investigación destacan la importancia de que sea integrada desde edades tempranas.

### Referencias bibliográficas

- ABARZÚA, A., y CERDA, C. (2011). Integración curricular de TIC en educación parvularia. *Revista de Pedagogía*, 32(90), 13-43.
- BUCHT, C., y VON FEILITZEN, C. (2001). *Outlooks on Children and Media. Yearbook 2001*. Nordicom. Göteborg (Sweden): The UNESCO International Clearinghouse on Children, Youth and Media. Recuperado de <http://goo.gl/10dOHR>
- CABERO, J. (2011). Los retos de la integración de las TIC en los procesos educativos. Límites y posibilidades. *Revista Perspectiva Educativa*, 49(1), 32-61.
- CONTRERAS-PULIDO, P., y AGUADED, J. I. (2012). *Las radios universitarias como medios de comunicación alternativos al servicio de la ciudadanía*. Actas del I Congreso Internacional de ética de la comunicación. Sevilla: Servicio de publicaciones de la Universidad de Sevilla.
- FERNÁNDEZ-CHAPOU, M.C. (2009). Radios universitarias: de la creatividad y el conocimiento. *Trechos*, 3, 40
- FERRÉS, J. ET AL. (2011). *Competencia mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España*. Ministerio de Educación, Madrid.
- GARCÍA-RUIZ, R., DUARTE-HUEROS, A., y GUERRA-LIAÑO, S. (2014). Propuesta de un instrumento de evaluación para medir el grado de competencia mediática en la etapa de Educación Infantil. *Píxel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 44, 81-96. doi: 10.12795/pixelbit.2014.i44.06.
- GONZÁLEZ, M., VALOR, L., y CONTRERAS-PULIDO, P. (2011). *Otro modelo de*

*pausas: radiocuentos de Uniradio*. Congreso Educación Mediática & Competencia Digital: La cultura de la participación. Facultad de Ciencias humanas, Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Segovia.

GONZÁLVIZ-PÉREZ, V., y CONTRERAS-PULIDO, P. (2014). Empoderar a la ciudadanía mediática desde la educomunicación. *Comunicar*, 21(42), 129-136. doi: 10.3916/C42-2014-12.

Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. Boletín Oficial del Estado, núm. 15, de 17 de enero de 1996, páginas 1225 a 1238.

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Boletín Oficial del Estado, 4 de mayo de 2006, núm. 106, pp. 17158-17207.

Ley orgánica para la mejora de la calidad educativa (LOMCE) (Ley Orgánica 8/2013, 9 de diciembre). Boletín Oficial del Estado, nº 295, 2013, 10 diciembre.

MARÍN-DÍAZ, V. (2013). De la educación en medios a la competencia mediática, un salto para la Humanidad. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC* 2(2), 1-2. Recuperado de <http://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/edmetic/article/view/2866>

MELGAREJO MORENO, A., y RODRÍGUEZ-ROSELL, M.M. (2013). La radio como recurso didáctico en el aula de Infantil y Primaria: Los podcast y su naturaleza educativa. *Tendencias Pedagógicas*, 21, 29 -46.

MUELLER, J., WOOD, E., WILLOUGHBY, T., ROSS, C., y SPECHT, J. (2008). Identifying discriminating variables between teachers who fully integrate computers and teachers with limited integration. *Computers & Education*, 51(4), 1523-1537. doi:10.1016/j.compedu.2008.02.003

ONU (1989). *Convención de los Derechos del Niño*. Recuperado de <http://www.un.org/es/events/childrenday/pdf/derechos.pdf>

Orden ECI/3960/2007, de 19 de Diciembre del Ministerio de Educación y Ciencia. Currículum de Educación Infantil. Boletín Oficial del Estado, sábado 5 de enero 2008, pp. 1016-1036. Recuperado de <http://www.boe.es/boe/dias/2008/01/05/pdfs/A01016-01036.pdf>

SOTELO, J., RUÍZ, M.A., ARANDA, G., y CABEZUELO, F. (2014). Medios de

comunicación de los niños: una asignatura pendiente. *Ambitos: Revista internacional de comunicación*, 26, 131-140.

TONUCCI, F. (1996). *La città dei bambini*. Bari: Laterza.

TRUJILLO, J. (2015). Las TIC en los entornos educomunicativos. *EDMETIC. Revista de Educación Mediática y TIC*, 4(1), 3-8. Recuperado de <http://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/edmetic/article/view/2895/2816>

WATTS, M., y LLOYD, C. (2004). The use of innovative ICT in the active pursuit of literacy. *Journal of Computer Assisted Learning*, 20(1), 50-58. doi: 10.1111/j.1365-2729.2004.00065.x

### **Cómo citar este artículo:**

Contreras-Pulido, Paloma, Duarte Hueros, Ana y Guzmán Franco, M<sup>a</sup> Dolores (2016). *Propuestas educomunicativas desde Uniradio: De Infantil a la Universidad*. *EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 5(2), 182-201.