

**UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR**

**ESCUELA DE COMUNICACIÓN Y PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN**

Trabajo de titulación para la obtención del Título de Licenciado en Producción  
para Medios de Comunicación

**Carpeta de producción para la creación de un programa radial informativo  
en formato digital dirigido a la UNIB.E para la difusión de las actividades  
curriculares y extracurriculares**

Autor:

Erick Eduardo Cruz Proaño

Director:

Ángel Oswaldo Terán Díaz, Mgst

Quito, Ecuador

Enero 2021

## CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Fredi Zamora

Director de la Escuela de Producción para Medios de Comunicación

Presente.

Yo Ángel Terán, Director del Trabajo de Titulación realizado por Erick Eduardo Cruz Proaño, estudiante de la carrera de Producción para Medios de Comunicación, informo haber revisado el presente documento titulado “Carpeta de producción para la creación de un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares”, el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente.



---

Mgst. Ángel Oswaldo Terán Díaz

C.I. 1712765963

## CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Carpeta de producción para la creación de un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de este documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerado pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citando la fuente.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'E. Cruz', is written over a horizontal line.

Erick Eduardo Cruz Proaño

C.I: 1721793337

Quito, Ecuador

Enero 2021

## **AGRADECIMIENTOS**

A Eduardo Cruz

Nathalie Proaño

Micaela Cruz

Por su amor, apoyo y paciencia, pero sobre todo por su confianza en mí a pesar de mis errores cometidos.

**Erick Eduardo Cruz Proaño**

## **DEDICATORIA**

Se la dedico a Eduardo Cruz, mi padre, sé que desde el cielo debes estar muy orgulloso, daría todo porque estés aquí y celebrar juntos este logro alcanzado gracias a tu apoyo incondicional.

**Erick Eduardo Cruz Proaño**

## ÍNDICE

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	II
CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO.....	III
AGRADECIMIENTOS .....	IV
DEDICATORIA .....	V
ÍNDICE DE TABLAS .....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS .....	XII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XII
CAPÍTULO 1 .....	14
INTRODUCCIÓN .....	14
1.1. Planteamiento del Problema .....	16
1.2 Justificación .....	20
1.3 Objetivos.....	22
1.3.1 Objetivo General.....	22
1.3.2 Objetivos Específicos .....	22
CAPÍTULO 2 .....	24
MARCO TEÓRICO .....	24
2.1 Antecedentes.....	24
2.2 Bases Teóricas .....	27
2.3 Medios de Comunicación.....	27
2.3.1 Clasificación de los Medios de Comunicación.....	27
2.3.2 La Radio .....	28
2.3.2.1 Características de la Radio.....	29

2.3.3 La Radio Digital .....	30
2.3.3.1 Características de la Radio digital .....	30
2.3.4 Plataformas Digitales.....	31
2.3.5 Proceso de Producción en Radio .....	31
2.3.5.1 Fases de la Producción Radial .....	32
2.3.6 La Programación Radial .....	33
2.3.6.1 Estructura de un Programa Radial .....	34
2.3.7 Formatos Radiofónicos.....	34
2.3.8 La Radio Universitaria .....	35
2.3.8.1 Características de la Radio Universitaria.....	35
2.3.8.2 La Radio Universitaria en el Ecuador .....	36
2.4 Actividades curriculares y extracurriculares .....	36
2.5 UNIBE .....	37
2.5.1 Carreras .....	37
2.6 Bases Legales .....	38
CAPÍTULO 3 .....	39
METODOLOGÍA EMPLEADA.....	39
3.1 Metodología de la Investigación.....	39
3.1.1 Naturaleza de la Investigación.....	39
3.1.2 Población y Muestra .....	41
3.1.3 Técnicas de Recolección de Datos .....	42
3.1.4 Validez y Confiabilidad .....	43
3.1.5 Técnica de Análisis de Datos .....	44

3.2 Metodología del Producto .....	45
3.2.1 Preproducción .....	45
3.2.2 Producción.....	46
3.2.3 Postproducción.....	46
CAPÍTULO 4 .....	48
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN .....	48
4.1 Resultado de la Investigación .....	48
4.2 Resultados del Producto .....	63
4.2.1 Carpeta de Producción .....	63
4.2.1.1 Ficha Técnica .....	64
4.2.1.2 Información General de Contenidos .....	64
4.2.2 Preproducción .....	65
4.2.2.1 Sinopsis .....	66
4.2.2.2 Presupuesto .....	66
4.2.2.3 Propuesta Técnica.....	67
4.2.2.5 Cronograma.....	68
4.2.2.6 Guion Técnico .....	69
4.2.3 Producción.....	72
4.2.4 Postproducción.....	74
4.2.5 Difusión .....	74
CAPITULO 5 .....	75
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	75
5.1 Conclusiones .....	75



5.2 Recomendaciones .....	77
GLOSARIO .....	78
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
Fuentes Digitales .....	81
ANEXOS .....	83

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Muestreo Aleatorio Estratificado.....	42
Tabla 2. Pregunta 1. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	48
Tabla 3. Pregunta 2. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	49
Tabla 4. Pregunta 3. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	50
Tabla 5. Pregunta 5. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	51
Tabla 6. Pregunta 6. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	52
Tabla 7. Pregunta 7. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	53
Tabla 8. Pregunta 8. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	54
Tabla 9. Pregunta 4. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	55
Tabla 10. Pregunta 9. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	56
Tabla 11. Pregunta 10. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	57
Tabla 12. Pregunta 11. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	58
Tabla 13. Pregunta 12. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	59
Tabla 14. Pregunta 13. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	60
Tabla 15. Pregunta 14. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	61

Tabla 16. Ficha Técnica. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020) .....	64
Tabla 17. Equipo Humano. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020) .....	65
Tabla 18. Equipo Técnico. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020) .....	66
Tabla 19. Presupuesto. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020) .....	66
Tabla 20. Cronograma. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020) .....	68
Tabla 21. Guion Técnico. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020) .....	69
Tabla 22. Grilla de Programación. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020) .....	72

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Pregunta 1. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	49
Gráfico 2. Pregunta 2. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	50
Gráfico 3. Pregunta 3. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	51
Gráfico 4. Pregunta 5. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	52
Gráfico 5. Pregunta 6. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	53
Gráfico 6. Pregunta 7. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	54
Gráfico 7. Pregunta 8. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	55
Gráfico 8. Pregunta 4. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	56

Gráfico 9. Pregunta 9. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020) .....	57
Gráfico 10. Pregunta 10. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020).....	58
Gráfico 11. Pregunta 11. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020).....	59
Gráfico 12. Pregunta 12. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020).....	60
Gráfico 13. Pregunta 13. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020).....	61
Gráfico 14. Pregunta 14. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020).....	62

### **ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1. Portada del Podcast. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020).....	63
--	----

### **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo 1. Cuadro de Operacionalización de la Variable .....	83
Anexo 2. Encuesta .....	84
Anexo 3. Validación.....	87
Anexo 4. Validación.....	88

## RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito plantear una carpeta de producción para la creación de un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares. Para cumplir con este objetivo se aplicó una metodología enmarcada en el paradigma positivista de enfoque cuantitativo diseño no experimental de corte transversal apoyado en la investigación tipo de campo que permitió indagar a profundidad la necesidad de crear un espacio como el que se propone y la identificación de dichas actividades por medio de la aplicación de una encuesta la cual se realizó a una muestra de 165 estudiantes de la UNIB.E. Estos datos obtenidos fueron analizados estadísticamente a través del software Excel obteniendo los siguientes resultados: la mayoría de alumnos coincide en que debe crearse el programa con una duración de 30 minutos, una vez por semana, así mismo concuerdan en que los contenidos deben ser los productos audibles creados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación, emprendimientos desarrollados por los estudiantes, información de fechas importantes, fechas de eventos internos, información de eventos culturales internos y debe ser difundido por plataformas digitales. Con los resultados obtenidos se elaboró la propuesta para la carpeta, partiendo desde la etapa preproducción en donde se realizó una sinopsis, un guion técnico, desglose de equipo técnico y humano, además del cronograma y presupuesto. Con respecto a la etapa de producción se realizó una grilla de programación, se determinan los contenidos y también las pautas para el programa piloto. En la etapa de postproducción, donde se propone, la edición, el montaje, y la masterización del sonido. A continuación, se plantea un plan para la difusión del programa por medio de redes sociales. En el final se concluye que es necesaria la creación de un espacio como el que se propone en la presente investigación, obteniendo una principal recomendación hacia la carrera de Producción para Medios de comunicación para que aplique la carpeta de producción, además para que en futuras investigaciones tomen esta investigación como referente y se profundice en indagaciones las actividades curriculares y extracurriculares que son desarrolladas por los alumnos.

**Palabras Clave:** Medios de Comunicación, Radio, Radio Digital, Radio Universitaria, Actividades Curriculares, Actividades Extracurriculares.

# CAPÍTULO 1

## INTRODUCCIÓN

Los espacios digitales se han convertido en una propuesta interesante para compartir material informativo, de entretenimiento y de educación. Con base en lo expuesto, el presente trabajo de titulación consiste en crear un espacio radial mediante una plataforma digital, que sirva como herramienta principal para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares de los actores sociales que hacen vida dentro de la Universidad Iberoamericana del Ecuador especialmente de los estudiantes.

En este sentido, la radio es un medio de comunicación que funciona como herramienta e instrumento al servicio de la sociedad “Como todo medio de comunicación colectiva, tiene una función social que cumplir, un aporte que hace frente a las urgentes necesidades de las masas populares de nuestra región” (Kaplún, 1999, pág. 20). Por lo tanto, es importante crear un programa de índole informativo, el cual sirva como instrumento de difusión para la comunidad universitaria de la UNIBE.

Los medios de comunicación tienen como principio crear un proceso comunicacional y para esto deben cumplir con ciertas etapas, las cuales convergen entre sí; en este caso, el proceso radiofónico consta de tres fases principales, las cuales son: preproducción, producción y postproducción (Sanguineti & Pereyra, 2013), la sucesión de estos pasos, los cuales convergen el uno con el otro se retroalimentan entre sí.

Un programa de radio debe tener desde un inicio su objetivo planteado y bien definido porque a partir de aquí se tendrá claro lo que se quiere informar por medio de este “No se propone hacer radio solo por hacer radio, como un fin en sí mismo, sino que se interesa por aprender a realizar programas de radio para algo; que procura el dominio de las técnicas radiofónicas en función de un objetivo” (Kaplún, 1999, pág. 19). En efecto, el objetivo de crear un espacio informativo es para poner en práctica los conocimientos que se han adquirido en la academia.

Los conocimientos que se adquieren en los institutos de educación superior han generado que la radio universitaria en el Ecuador esté relacionada con las facultades de comunicación de las distintas universidades que existen en el país. Dichos medios se han convertido en la herramienta para la difusión de conocimiento y de las actividades que son desarrolladas por todos los integrantes.

En la malla curricular de la Universidad Iberoamericana del Ecuador en la carrera de Producción para Medios de Comunicación se dictan las materias Radio, Sonoridad y Montaje, en las demás carreras se abordan carreras relacionadas con el emprendimiento tales como; Marketing, Gestión de Empresas. Es por esto que la creación del programa de radio informativo pretende difundir las actividades curriculares y extracurriculares que son desempeñadas por quienes hacen vida en la institución.

Es así como se plantea la necesidad de crear un espacio el cual sea la herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares. En consecuencia, en el primer capítulo de la investigación abarca la introducción, la cual contiene: el planteamiento del problema, una mirada histórica a la radio como medio de comunicación. Estableciendo como punto de partida la pregunta de investigación de cómo debe estructurarse un programa radial informativo. La justificación del problema se establece el por qué y se remarca la importancia y necesidad de crear un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, en los antecedentes se hacen referencia a los trabajos de investigación en los cuales la temática de producción radial se ha desarrollado dentro del Ecuador y en el ámbito universitario, así mismo con la fundamentación en las bases teóricas el desarrollo que ha tenido la radio universitaria en el Ecuador, igualmente se analiza y estudia el proceso radiofónico y sus fases, además del proceso que ha cumplido la radio y su adaptación a las nuevas tecnologías como son las plataformas digitales, además de indagar en la estructura; la preproducción,

producción, postproducción. Además de que en la actualidad la comunicación de medios tradicionales como medios alternativos tienen su fundamento en los medios digitales, además de, cómo señalar quienes son los actores que intervienen en este proceso, las bases legales se mencionan los artículos de la constitución que fundamentan el estudio.

En el tercer capítulo se desarrollan los aspectos metodológicos de la investigación y de cómo se fundamenta en el paradigma positivista, se establece tanto la población como la muestra de 216 estudiantes, así mismo la técnica con la que se recolectan los datos y se los analizan. También se establece la metodología del producto que se implementa en la elaboración del programa radial informativo.

En el cuarto capítulo se realiza un análisis de las 165 encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad Iberoamericana del Ecuador la cual constó en un cuestionario de 14 preguntas con las siguientes dimensiones: aceptación, contenido y programación. Así mismo se obtiene los resultados del producto con las siguientes categorías: preproducción, producción, postproducción y difusión.

En el quinto capítulo se plantean las conclusiones y recomendaciones, que se derivan del proceso de análisis de los resultados obtenidos de la ejecución del objetivo general el cual consiste en crear la carpeta de producción de un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

### **1.1. Planteamiento del Problema**

La radio como medio de comunicación inicia su auge en 1920 cuando empiezan a aparecer las primeras estaciones de transmisiones de amplitud corta AM, a partir del año 1940 es cuando por primera vez se puede utilizar el nuevo sistema de transmisión con el desarrollo de la frecuencia modulada FM “el desarrollo de la radiodifusión se llevó a cabo al principio del siglo XX hubo que esperar hasta la segunda mitad para asistir al nacimiento de las comunicaciones radio vía satélite” (Fuentes, 2013, pág. 25) por lo que, la radio se considera uno de los



medios de comunicación más longevos y que aún se mantiene a pesar del cambio tecnológico que se ha dado en torno a los medios de comunicación masivos.

En la década del 20 la radio formaba parte de los espacios universitarios norteamericano, actualmente existen 1.400 emisoras universitarias. Cuatro años más tarde se inician las emisiones de manera oficial en la Universidad Nacional de La Plata, la primera radio universitaria de Latinoamérica (Guerrero, 2015). Es importante conocer sobre el desarrollo histórico para comprender la función que ha cumplido la radio dentro de los espacios universitarios.

Este espacio ha sido utilizado como herramienta para la socialización y difusión de los temas concernientes a quienes conforman y hacen vida dentro del espacio universitario.

La Radio Universitaria, un medio de origen institucional que ofrece productos sonoros de interés general, con contenidos especializados y diversos. En términos generales la labor principal de toda emisora universitaria es la de difundir saberes hacia la sociedad y reflejar en sus contenidos los objetivos que como sistema educativo sigue, planteado de diferente manera según el país, de acuerdo con sus estatutos y reglamentos. (Guerrero, 2015, pág. 152)

El tener un medio informativo, el cual permita la difusión es de suma importancia y es por esto que la radio universitaria ha ganado su lugar y en Latinoamérica es un espacio creado como herramienta institucional. En el Ecuador dichos medios aparecen en la década de los 50, sin embargo, las universidades ganan un sitio y toman preponderancia en el año 2006, por eso “La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Bajo el nombre de UCSG Radio-Televisión, es considerado el primer medio de comunicación universitario integrado a nivel nacional” (Guerrero, 2015, pág. 162). Es a partir de aquí que las demás universidades ecuatorianas han seguido y tienen de referente a este proyecto.

Antes de mencionar las fases del proceso radiofónico se debe tener en cuenta que previo a la definición de las etapas de la producción radial ya debe estar determinado el contenido del programa. La etapa de preproducción es el primer paso en la creación radiofónica y consiste en compilar material de distintas

fuentes, las cuales pueden ser primarias y secundarias, una vez hecha la recopilación se debe seleccionar lo que utilizaremos en el proceso creativo (Sanguineti & Pereyra, 2013). La fase de producción es en donde intervienen los locutores, conductores y operadores, esta radica en la ejecución del guion por parte de los involucrados (Sanguineti & Pereyra, 2013). La postproducción se da una vez que ya se han cumplido con la preproducción y producción, en este periodo se ejecuta la edición y el montaje.

En este momento llegan las evaluaciones de lo que hicimos bien y lo que hicimos mal, lo que sobró, lo que faltó, según los objetivos que nos hayamos trazado al comienzo de la labor, ya sean los generales o específicos. También implica para los programas en vivo el archivo sonoro de lo que salió al aire. En el caso de los productos grabados esta puede ser la instancia más técnica donde se realiza el ensamblado de palabras, música y efectos. (Sanguineti & Pereyra, 2013, pág. 88)

Las fases del proceso de producción radiofónica son complementarias entre sí, por consiguiente, es importante cumplir a cabalidad con las etapas de creación radial porque un programa debe ser construido fundamentado en los tres ámbitos mencionados anteriormente, de manera que la consumación de estos otorgue a nuestro programa radial informativo un carácter de profesionalidad.

La radio digital aparece a inicios de la década de los 90 con el desarrollo de las nuevas tecnologías, “nuevos dispositivos electrónicos de recepción y reproducción digital [...] ofrecen ventajas antes inexistentes en los medios analógicos” (Cortés, 2005, pág. 70) . La digitalización de este medio de comunicación tradicional ha significado un cambio en cuanto al acceso porque actualmente ya no es necesario tener una frecuencia AM O FM para emitir las producciones radiofónicas, sino que se puede utilizar las distintas plataformas digitales existentes para la difusión de los productos radiales.

Los productos radiofónicos hoy en día ya no son creados únicamente por las emisoras tradicionales, actualmente la academia ha obtenido su espacio en el proceso de creación radial como herramienta para la difusión de actividades, (García & Vallejo), en el año 2016, crearon un programa radial sobre las actividades institucionales de la Universidad Politécnica Salesiana, en donde se obtuvo como resultado la difusión de las actividades institucionales las cuales

son desconocidas por los estudiantes, además de fortalecer el empoderamiento de la identidad de la universidad.

Por otra parte, en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, en la carrera de Producción para Medios de Comunicación existen las materias de Radio, Sonoridad y Montaje en las cuales se desarrollan: técnicas y conceptos que tienen una relación directa con la radio, además en donde se pone en práctica la utilización y funcionamiento del estudio de radio, así como también el programa Adobe Audition en el cual se edita y se realiza el montaje de las grabaciones que se desarrollan en clase por parte de los estudiantes.

El contenido que es difundido en el programa radial informativo se lo establece a partir la necesidad de difundir los proyectos desarrollados que actualmente son una realidad y no han quedado solamente dentro de las aulas o como una parte de evaluación de los estudiantes. La UNIB.E cuenta con un área de emprendimiento e innovación la cual surge de la necesidad a partir de las materias de Marketing, Gestión de Empresas que son dadas y que están dentro de la malla académica de las distintas carreras que conforman la institución.

Por lo tanto se justifica este estudio al no existir un espacio como el que se propone, el cual consiste en la creación de un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la UNIB.E como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares es necesario para que los estudiantes de producción tengan el instrumento que les permita difundir los proyectos que han sido desarrollados dentro de la materias de Radio así como también de Sonoridad y Montaje al mismo tiempo los docentes de estas materias lo podrán utilizar para calificar a los estudiantes que cursan estas dos materias. Además, podría servir como plataforma que permita a los emprendedores que forman parte de la UNIB.E impulsar sus negocios. De lo expuesto se plantea la siguiente interrogante:

¿Cómo debe estructurarse un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares?

¿Cuáles son las actividades curriculares y extracurriculares que se desarrollan en la universidad iberoamericana del Ecuador?

## **1.2 Justificación**

El presente proyecto consiste en la creación de un programa informativo en formato digital dirigido a todas las personas que son parte de la Universidad Iberoamericana en Ecuador, cuyo objetivo principal es utilizarlo como una herramienta para difundir las actividades curriculares y extracurriculares que son desempeñadas por parte de los actores sociales.

Las nuevas tecnologías han independizado a la radio digital de las frecuencias y los procesos administrativos. “La pluralidad de opciones para la distribución de contenidos sonoros (streaming, podcasting) [...] ha ido experimentando nuevos caminos para la comunicación sonora que incluso cambian el concepto y el significado del medio radiofónico tradicional” (González M. J., 2010). Así que el medio digital es de fácil acceso y por lo tanto está al alcance de quien quiere crear un instrumento de difusión.

La radio universitaria se ha convertido en el espacio ideal para la socialización y democratización del conocimiento y de las actividades desenvueltas por los estudiantes universitarios, y con la aparición de los medios digitales este espacio vuelve a tener relevancia para el periodismo universitario.

Las radios tienen un afán de servicio por su naturaleza educativa y de transferencia de conocimiento, para los académicos y estudiantes este medio se constituye en una nueva estrategia para divulgar los conocimientos y experimentos que se desarrollan en el aula en base a las necesidades del entorno social. [...] Las radios se constituyen además en un espacio válido para la realización de prácticas sistémicas y preprofesionales de los estudiantes de las facultades y carreras de comunicación social tradicionalmente ligadas a este tipo de emisoras. (Álvarez, Mullo, & Mendoza, 2017, pág. 100)

De modo que es importante la creación de un programa informativo dentro de la universidad para que sirva como instrumento para la difusión de las actividades que son realizadas; tanto curriculares como extracurriculares. Así también como herramienta para el desarrollo de las habilidades que son necesarias y deben ponerse en práctica previas a salir al mundo laboral.

En el contexto científico la presente investigación tiene un aporte significativo ya que refiere a la creación de un programa radial informativo en una plataforma digital como herramienta de difusión de las actividades curriculares y extracurriculares de quienes conforman una institución, esto sirve de base para los siguientes estudios en donde se plantee una misma problemática.

Desde esta perspectiva el presente estudio se considera un aporte de ámbito social, ya que ofrece la creación del programa radial, que otorga un espacio para quienes cursan la carrera de Producción para Medios de Comunicación y puedan poner en práctica lo recibido en las materias de Radio, Sonoridad y Montaje las cuales tienen una relación directa con el medio radial. Así mismo sirve como un referente educativo y bibliográfico para el uso de los demás estudiantes que cursan las distintas carreras en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, como plataforma para impulsar los emprendimientos que iniciaron como proyecto de las materias de Marketing y Gestión de Empresas que actualmente son ya una realidad.

La presente investigación se considera un gran aporte académico para las futuras investigaciones que se den en torno a la creación de programas informativos ligados a la vida universitaria, académica en Ecuador y más aun con el desarrollo de la radio digital, la cual aún no está totalmente desarrollada en el ámbito universitario, debido a que estos tienen un enfoque de entretenimiento y mas no como un medio de difusión de información de las actividades curriculares y extracurriculares que desempeñan quienes conforman las universidades.

En cuanto a un aporte metodológico este proyecto otorga y tiene una gran importancia debido a que se estudia, enfoca y desarrolla el proceso de producción radiofónica, además de mencionar quienes intervienen en dichas fases, así como también abarca y se ejecuta la etapa de edición y montaje por el cual se construye el producto final.

Como metodología planteada para la presente investigación se establece desde una perspectiva cuantitativa, en donde se explica la aparición y el proceso que ha sufrido el medio radial con la aparición de las nuevas tecnologías de la comunicación, teniendo como resultado un programa radiofónico, de índole

informativo y en formato digital para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares de la UNIB.E.

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Crear la carpeta de producción de un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la necesidad de crear un programa radial en formato digital dirigido a la población de la UNIBE y la identificación de las actividades curriculares y extracurriculares que se desarrollan a través de la aplicación de una encuesta.
- Establecer el proceso de preproducción del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares por medio de la redacción del guion técnico, la propuesta técnica, el cronograma y el presupuesto.
- Establecer la propuesta de producción del programa informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares, a través del establecimiento de la grilla de programación, de los contenidos, y una pauta para el programa piloto.
- Proponer el proceso de post producción de la muestra piloto del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares, por medio de los procesos de edición, montaje y masterización con el software Adobe Audition.
- Diseñar el plan de difusión y que la producción del programa de radio sea elaborado y controlado por el departamento encargado de prácticas

preprofesionales de la escuela de Producción para Medios de Comunicación.

## CAPÍTULO 2

### MARCO TEÓRICO

La presente investigación para que tenga una relevancia y una fundamentación teórica o científica es necesaria que este establecida a partir de un marco teórico al cual se lo define como “el producto de la revisión documental–bibliográfica, y consiste en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones, que sirven de base a la investigación por realizar” (Arias F. , 2012, pág. 106) . Esta etapa de la investigación sirve para el desarrollo de los conceptos que fundamentan el estudio que se está desarrollando, además de otorgar una base teórica.

#### 2.1 Antecedentes

Los antecedentes de la investigación son: “los estudios previos: trabajos y tesis de grado, trabajos de ascenso, artículos e informes científicos relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con nuestro proyecto” (Arias F. , 2012, pág. 90) . Las referencias previas son importantes porque permiten tener conocimiento actualizado sobre el objeto de estudio, además de que otorgan una guía para la construcción de los fundamentos teóricos en los cuales está basado el proyecto de investigación que se está desarrollando.

El primer antecedente seleccionado corresponde a un trabajo de titulación, realizado por García y Vallejo, (2016), Quito, el cual se tituló: “Creación de un programa radial sobre las actividades institucionales de la Universidad Politécnica Salesiana, sede El Girón” cuyo objetivo fue poner a conocimiento de los estudiantes las actividades que se realizan en la institución dado el desconocimiento de las mismas con el fin de motivar la participación activa de cada uno de los miembros de la UPS, la metodología que se utilizó fue de un enfoque cuantitativo en el cual se realizó encuestas a una población de 4500 personas, de lo mencionado surge la siguiente conclusión; la radio tiene una utilidad con el fin de estrechar lazos relacionados entre la institución y los estudiantes.



El estudio antes mencionado es de relevancia para el presente trabajo debido a su relación con respecto al manejo del formato radial para la difusión de las actividades institucionales, es un aporte teórico porque profundiza en el proceso de creación de un proceso radial en contexto universitario.

El segundo antecedente es un proyecto de investigación realizado por Figueroa, (2017), Quito, bajo el título: “Diseño de un programa radial de arte” cuyo propósito fue diseñar una plataforma radial de difusión que cubra el mayor espectro posible, en cuanto a gestión y producción artístico cultural de la Administración Zonal Norte, Eugenio Espejo, el presente proyecto fue realizado con una metodología de enfoque cuantitativo en la cual se realizaron 750 encuestas, de lo mencionado se concluye que la academia se debe encargar de profundizar en la formación integral periodística, el periodista debe saber crear, seccionar, diseñar y producir, a la vez se menciona que el medio más adecuado para crear un programa de arte dentro de la universidad es la radio.

El proyecto antes mencionado sirve de referencia para la presente investigación porque se enfoca y se desarrolla el proceso de diseño de un programa radial, además es significativo porque se utiliza una metodología cuantitativa, la cual es implementada en la creación del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

El tercer antecedente seleccionado corresponde al trabajo de titulación de, Pilatasig, (2019), Quito, cuyo título es: “Comunicación y radio: manual de producción radiofónica y guía didáctica para la elaboración y aplicación de formatos radiales” el cual tiene por objetivo solucionar las deficiencias de los programas radiofónicos en el Cantón Latacunga, mediante la elaboración de una guía didáctica de formatos radiofónicos, la metodología que se utilizó fue mixta; es decir, cuantitativa y cualitativa, luego de la aplicación de las técnicas correspondiente se concluye que el desarrollo de un manual radiofónico, facilita la elaboración de un programa radial, además de que esta guía podrá ser la base en la cual se fundamenta, se construye y se emite un buen producto al oyente.

La investigación antes expuesta sirve de referencia porque se estudia la temática de producción radiofónica, la cual se está desarrollando en la presente publicación, a la vez es importante porque dentro de este trabajo de titulación se ejecuta la aplicación de los formatos digitales, los cuales son relevantes para la creación del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

El cuarto antecedente pertenece al trabajo de titulación elaborado por Arias, (2020), Cuenca, bajo el título: "Implementación de una programación radial para la emisora Híper Radio Online de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca" cuyo objetivo es el de implementar programas académicos, científicos, culturales, deportivos, entretenimiento, etc., temáticas que responden al de una radio universitaria, su enfoque metodológico fue cuantitativo, mediante la elaboración de entrevistas y encuestas a los grupos de Asocianismo Salesiano Universitario, del trabajo de titulación se concluye que la implementación del programa radial debe ser un medio que permita la práctica de los estudiantes de forma profesional, además se debe buscar la inclusión de los alumnos para que se genere información variada y de interés para la comunidad universitaria.

El estudio mencionado sirve de referencia para la presente investigación debido a su temática, en la que se propone implementar un programa radial que sirva de difusión de las actividades realizadas por los estudiantes, además de que está dirigido para la población universitaria y a su vez será difundido por medio de una plataforma digital.

El quinto antecedente refiere al estudio realizado por Quituisaca, (2020), Cuenca, "Manual de producción de programas académicos e investigativos en radios universitarias" este producto comunicativo bajo la modalidad editorial tiene por objetivo presentar un manual para la producción de programas académicos e investigativos dentro de las radios universitarias, enfatizadas en la información que se desarrolla dentro del marco de la educación superior, tomando como base estructural varios elementos radiales como la voz, lenguaje y el guion

radiofónico, la metodología utilizada en el proyecto fue cualitativa y cuantitativa, del cual se concluye que dentro del marco universitario se ve la necesidad de tener un programa radial que se encargue de difundir, la producción académica e investigativa que se desarrolla dentro de la Universidad Politécnica Salesiana.

El proyecto es un referente para la presente investigación porque se desarrolla y se menciona el proceso de producción que se debe realizar para la creación de contenidos, los cuales se desarrollan en radios universitarias, por lo que es importante tener en consideración ya que sirve como guía para conocer las fases del proceso radial.

## **2.2 Bases Teóricas**

Las bases teóricas sirven para desarrollar ampliamente los conceptos para fundamentar el presente estudio (Arias F. , 2012) . Para la creación del programa radial informativo en formato digital para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares y para entender el proceso creativo y la evolución hacia un medio radial digital, primero es necesario conocer sobre los diferentes medios que existen, es por esto es que en la presente investigación se parte de cómo se comprenden los medios de comunicación.

## **2.3 Medios de Comunicación**

Los medios de comunicación son la herramienta por la cual se transmite información, creando así un proceso comunicativo; “son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros” (Dominguez, 2012, pág. 12) . Los medios de comunicación son los encargados de difundir los aspectos que rodean la coyuntura que rige a la sociedad.

### **2.3.1 Clasificación de los Medios de Comunicación**

Los medios de comunicación siempre han estado regidos ha cambios a lo largo de su historia, sin embargo, un factor determinante en la mutación de estos ha sido la tecnología; “los medios de comunicación de masas coinciden con un

cambio técnico [...] podemos llegar a una clasificación de los medios a partir de la gradación de los cambios que progresivamente se interponen a las condiciones naturales para la comunicación” (Bretones, 2008, pág. 8). La tecnología significa un factor determinante para dichos medios, los cuales se encargan de difundir los distintos hechos que ocurren, así mismo lo tecnológico cambio la forma en que los receptores consumen la información.

El desarrollo tecnológico influye en la forma en que los medios de comunicación se componen, Domínguez (2012) propone:

- **Medios primarios:** un orador, un sacerdote, o una obra de teatro.
- **Medios secundarios:** periódicos, revistas, gacetas, folletos, espectaculares, entre otros.
- **Medios terciarios:** televisión, radio, telégrafo, teléfono, música.
- **Medios cuaternarios:** internet, celulares, televisión satelital, televisión HD, entre otros.

Los medios de comunicación son los que transmiten la información. La radio desde su creación ha tenido un rol determinante dentro de la sociedad, por su inmediatez. Dicho canal de comunicación también tiene preponderancia por sobre los demás medios, debido a que se da un proceso comunicativo bidireccional.

### **2.3.2 La Radio**

La radio es uno de los principales medios de comunicación que se ha mantenido durante la historia de la humanidad “uno de los principales y más antiguos medios de comunicación masiva, es la radio. Su historia en el mundo comienza en 1887 cuando se reveló la existencia de las ondas sonoras descubiertas por Heinrich Hertz” (Dominguez, 2012, pág. 51). La radio a pesar de su longevidad sigue presente dentro de la sociedad y no ha perdido su preponderancia con los demás medios de comunicación.

A diferencia de la prensa y la televisión, los cuales se ayudan de lo visual, nuestro medio es totalmente diferente porque se sostiene de lo sonoro, “la radio es un

medio de comunicación con un solo soporte para transmitir mensajes: el sonido. Es, por tanto, un medio de comunicación unisensorial” (Gómez & Octavio, 2010, pág. 2) . La radio apela a lo sensorial del receptor, cada uno es capaz de idear e imaginar lo que dicho medio le está transmitiendo, es así como la radio se vuelve el medio predilecto porque este no impone interpretaciones a los radioescuchas.

### 2.3.2.1 Características de la Radio

La principal razón que identifica a la radio es de muy fácil reconocimiento, porque este medio es muy específico con respecto a los demás medios de comunicación. “La principal característica de la radio es su capacidad de respuesta, es decir, a diferencia del periódico o de las revistas, la radio puede informar de los hechos del día, incluso en el mismo instante en que están sucediendo” (Dominguez, 2012, pág. 52) . La radio al ser un medio de inmediatez noticiosa se convierte en el medio predilecto para transmitir los hechos rápidamente.

Si bien es cierto que la radio tiene como factor principal el tiempo, también se caracteriza por sus demás particularidades, Sanguineti y Pereyra (2013) enuncian:

- **Simultaneidad:** llega a muchas personas al mismo tiempo.
- **Instantaneidad:** el mensaje llega al oyente en el momento en que se emite.
- **Largo alcance:** cubre un amplio espacio territorial.
- **Bajo costo:** es el más económico de producir, en comparación con la prensa y la televisión.
- **Acceso directo:** el mensaje llega directamente al oyente.
- **Unisensorialidad:** la radio se vale de un solo y único sentido, el oído.
- **Ausencia de interlocutor (unidireccionalidad):** en radio el interlocutor está del otro lado del receptor. Mas allá de las posibilidades de participación que presenta la radio, no se produce un feedback que se mantenga en el tiempo.
- **Fugacidad:** La palabra hablada y los sonidos son efímeros. El oyente no puede volver atrás para rever un mensaje como ocurre con los medios impresos.

Los aspectos anteriormente enunciados son los que caracterizan al medio radiofónico y estos son los que le identifican de los medios escritos y visuales, la radio al ser un medio en el cual predomina el habla tiene una facilidad y su aceptación dentro de los receptores es mayoritaria ya que permite no solo estar enfocado en recibir lo que se transmite e interpretarlo como sucede con los demás medios.

### **2.3.3 La Radio Digital**

La evolución de la tecnología no solo ha generado cambios en los aparatos electrónicos, sino que también los cambios lo han sufrido los medios de comunicación tradicionales, los cuales han tenido que mutar para no perder su espacio. “La radio digital es un producto de la llamada convergencia digital. Desde de la década de 1990, nuevos dispositivos electrónicos de recepción y reproducción digital” (Cortés, 2005, pág. 2) . Es por esta permutación que la radio ha encontrado otro camino del de las frecuencias, actualmente lo digital se encuentra en su mayor auge debido a que la sociedad se ha tecnificado y digitalizado.

#### **2.3.3.1 Características de la Radio digital**

La radio digital no cambia sus objetivos de lo que eran en el modelo tradicional. Esta nueva forma de hacer radiofonía se considera a partir de qué; “Internet cambia la concepción tradicional de los medios de comunicación convencionales, como canales independientes, al irrumpir en la red como una convergencia mediática y como los nuevos servicios informativos online” (González M. J., 2010, pág. 54). Este medio ya no depende de todo lo que caracterizaba a la radio en anteriores años, hoy la radio es autónoma y no depende de los procesos por los cuales se realizaba una transmisión.

Por otro lado, el presente medio es “un medio interactivo y dinámico, capaz de combinar, integrar y asemejar elementos audiovisuales y textuales en un ámbito que se extiende fuera del espacio y del tiempo” (González M. J., 2010, pág. 54). Si bien es cierto en la radio tradicional el habla predominaba, hoy en día se puede

complementar con la imagen debido a que se ha evolucionado en la forma de hacer radio, así como la forma en que se la transmite y difunde.

#### **2.3.4 Plataformas Digitales**

La aparición del internet ha significado un influjo en la sociedad actual, todo lo que rodea a los seres ha mutado y esta se ve regida por las plataformas digitales debido a que estas han llegado para quedarse y toda gira en torno a estas. Las plataformas digitales "posibilitan a todos los que dispongan de una cuenta digital establecer diferentes tipos de vínculos, sean estos profesionales, educativos o afectivos entre otros" (Rojas, 2013, pág. 5). Las redes sociales han sido las causantes de que la sociedad se globalice. El desarrollo de la tecnología ha significado un gran cambio para la humanidad, ha llegado para influir en la cotidianidad de cada una de las personas que conformamos a la sociedad, también a partir de estas se construyen nuevas formas de comunicar y transmitir los contenidos.

#### **2.3.5 Proceso de Producción en Radio**

El proceso de producción en radio se refiere al: "proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos y destrezas cuyo ámbito se centra en la realización de programas [...] de naturaleza informativa o de creación; que tiene como objetivo la difusión para la consecución de la programación" (Sanguineti & Pereyra, 2013, pág. 76) . Esta fase es en donde se pone en marcha el proceso creativo, así como también las técnicas que permiten construir un programa y que este sea emitido hacia los receptores.

En el proceso de producción en radio hay que tener presente lo que Sanguineti y Pereyra (2013) plantean:

- **Temporalidad:** Los mensajes ocupan un tiempo determinado y están condicionados por ese tiempo.
- **Límites temporales previstos:** La duración.
- **Periodicidad y título:** Los programas se emiten a una hora determinada y en determinados días de la semana. Se identifican por el título.

- **Difusión radiofónica:** los mensajes radiofónicos deben ser transmitidos por radio.
- **Mensaje con significación:** El programa radiofónico transmite mensajes y no únicamente sonidos, la radio tocadiscos no puede entenderse como radio.
- **Ideación y unidad de criterio:** El programa responde a una acción creativa, a unidad de ideación y de intencionalidad.
- **Adecuación de canal:** El programa difundido debe adaptarse a las peculiaridades del medio

La creación radiofónica es un proceso el cual implica la difusión de saberes y conocimiento, los cuales generan un sentido de pertenencia en quienes reciben dicha información. “Producir radio es un arte, un proceso de significación, se ponen en juego el capital simbólico de quien produce y el de quienes reciben lo producido, dentro de un campo social determinado. La producción en radio es un proceso cultural” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 81). La radio es la encargada de transmitir la cultura que se genera a partir de los productos radiofónicos.

#### **2.3.5.1 Fases de la Producción Radial**

Las fases de producción radial se integran entre sí, cada una de ellas son complementarias y son las que determinan que se cumpla con los parámetros creativos y de calidad que serán reflejados en el producto final, el cual debe tener un carácter y sentido de profesionalidad.

Las tres etapas de la creación radiofónica implican todo un proceso, Sanguinetti y Pereyra (2013) definen como:

- **Preproducción:**

La primera fase del proceso de producción nos permite trazar las pautas a seguir en la construcción del programa “lo primero a definir son los ejes temáticos. En este punto quedan determinados los contenidos textuales y musicales” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 87) . Esto nos permite tener una pauta de los pasos a realizar previo a empezar las grabaciones.



- **Producción:**

En la segunda fase del proceso de producción “el trabajo consiste en que la partitura (guion o pauta) sea correctamente ejecutada por todos los que intervienen en la salida al aire” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) . Aquí se ejecuta lo planificado en la preproducción, se debe seguir las pautas que se han trazado para cumplir con los objetivos del programa.

- **Postproducción:**

La final del proceso de producción se ejecuta un proceso más técnico “en este momento llegan las evaluaciones de lo que hicimos bien y lo que hicimos mal, lo que sobró, lo que faltó, según los objetivos que nos hayamos trazado al comienzo de la labor” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) . En esta etapa se realizan correcciones y mejoras de las grabaciones que se han obtenido durante las fases previas.

La importancia de las fases anteriormente mencionadas reside en que estas son la guía con la que se creara el programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

### **2.3.6 La Programación Radial**

La creación radial implica toda una sucesión de etapas previas a la realización de las transmisiones. “La programación de una radio aparece en muchos casos para los oyentes como una simple sucesión de programas. Sin mayor secreto. Pero la forma en que se engancha un programa con otro no es casual” (Gómez & Octavio, 2010, pág. 1). La sistematización de las emisiones radiofónicas significa que todo lo que involucra dicha programación debe tener una correlación entre si porque el radioescucha genera un sentido de identificación con lo que se está emitiendo. “La programación y los programas informativos son una estructura, son una secuencia de espacios, en el cual los diferentes elementos que lo componen guardan entre sí relaciones de interdependencia y se articulan desde un eje que les da coherencia” (Gómez & Octavio, 2010, pág. 1). Es por esto que cada estación radial genera sus contenidos desde la

tipificación de lo que busca transmitir, además de que cada programa complementa y se retroalimenta del otro.

### **2.3.6.1 Estructura de un Programa Radial**

La estructura de un programa radial se construye y; “está formada por una particular manera de presentarse ante los oyentes, tiene la forma de una sucesión de sonidos que se organizan temporalmente, originando las parrillas de programación o la organización por segmentos de programas radiofónicos como los informativos” (Gómez & Octavio, 2010, pág. 2). Las creaciones radiofónicas van construyéndose a partir de los segmentos los cuales en su totalidad conforman un programa radial.

Los programas radiales también deben plantear desde un inicio el tiempo que estarán al aire, y de cada segmento, “duración total del espacio, así como la duración parcial y su ubicación en el plano general de la programación subrayando los mecanismos de encadenamiento o sucesión de las partes (cierres, intermedios musicales o de voces, distribución de los géneros, etc.)” (Gómez & Octavio, 2010, pág. 2) . El lapso de duración es muy importante de definir porque a partir de esto se determinan los contenidos que serán emitidos.

### **2.3.7 Formatos Radiofónicos**

Los formatos radiofónicos se refieren a lo relacionado con el contenido, además de lo que caracteriza a un programa. “Al hablar de géneros y de formatos generalmente aludimos a una manera de clasificar los contenidos de la programación, y a una manera de utilizar ciertas formas de presentar esos contenidos” (Gómez & Octavio, 2010, pág. 2). La clasificación de los espacios se da de acuerdo con quien va dirigido el contenido que se está emitiendo por parte del programa radiofónico.

Por lo tanto, los formatos son el eje bajo el cual se construyen y son determinados los programas radiofónicos. “Los géneros radiales, vendrían a ser los tipos, áreas y categorías generales que existen para agrupar y ordenar la producción radial y los formatos las expresiones concretas y particulares de

llevar a productos radiofónicos dichas tipologías” (Gómez & Octavio, 2010, pág. 2). El contenido que se genera en dichos espacios se ve influenciado y el contenido cambia dependiendo de a quien, y que es lo que se quiere transmitir, porque si se emite contenido sin una especificidad concreta el espacio no tendrá un planteamiento de objetivos claros.

### **2.3.8 La Radio Universitaria**

Los inicios de este espacio se dan a partir del desarrollo de la radio “La primera radio universitaria en el mundo surgió casi a la par que las primeras experiencias sonoras, en Argentina, en abril de 1924, desde los micrófonos de la Universidad de La Plata” (Guerrero, 2015, pág. 3) . La aparición de dicho medio ha significado un gran aporte y apoyo para el desarrollo de los estudiantes dentro de la academia.

Hoy en día este espacio se encuentra bien establecido elementalmente en Hispanoamérica “La radio universitaria en Iberoamérica está numéricamente bien representada, viva y aportando de manera significativa en la democratización de las comunicaciones, con su presencia en cada uno de los países de la región” (Guerrero, 2015, pág. 17) Los espacios universitarios logran tener cierta representatividad y un espacio en el cual pueden hacer uso como plataforma para la difusión de conocimiento y cultura.

#### **2.3.8.1 Características de la Radio Universitaria**

La radio universitaria se caracteriza por “Este tipo de emisoras están llamadas a construir sociedad desde la visión particular que la misma Institución imparte a sus estudiantes en cada uno de sus campos de estudio. Se requiere que brinden un aporte cultural desde un estilo propio” (Barrios, 2014, pág. 5) . Su importancia es por el hecho de que estas son las encargadas de construir y difundir los conocimientos que se adquieren en la academia, además de servir como herramienta para socializar los sucesos que giran en torno a la comunidad académica.

Lo que caracteriza a este medio es muy distinto a la de la radio tradicional “la labor principal de toda emisora universitaria es la de difundir saberes hacia la sociedad y reflejar en sus contenidos los objetivos que como sistema educativo sigue, planteado de diferente manera según el país, de acuerdo a sus estatutos y reglamentos” (Guerrero, 2015, pág. 2). Es por esto que es necesario que en toda universidad que cuenta con una facultad de comunicación cuente con este tipo de espacio.

### **2.3.8.2 La Radio Universitaria en el Ecuador**

En el Ecuador; “el origen de la radio universitaria ecuatoriana se registra en la década de los cincuenta, en los centros de producción de las escuelas de Comunicación social y periodismo, donde los estudiantes tenían sus laboratorios de medios” (Guerrero, 2015, pág. 12) . Los estudiantes de dichas facultades son el factor determinante en el desarrollo de este medio dentro de la coyuntura que nos rodea.

La radio universitaria en el país ha sido producida por medio de las transmisiones tradicionales, sin embargo, en los últimos años, con el desarrollo tecnológico y la evolución de las formas de transmitir, la digitalización ha ganado adeptos y es un formato en constante crecimiento “en Ecuador, la radio por Internet se abre paso para que la comunidad estudiantil tome el micrófono” (Guerrero, 2015, pág. 17) . Actualmente los estudiantes de las facultades de comunicación son los generadores de información dentro de las instituciones de educación superior, son los encargados de difundir todo lo que concierne a la comunidad universitaria. Las actividades que son desmenuadas tanto curriculares como extracurriculares son importantes en lo que rodea a la vida universitaria.

## **2.4 Actividades curriculares y extracurriculares**

**Actividades curriculares:** “son un apoyo fundamental para los estudiantes y sirven para ampliar sus niveles de conocimiento en calidad educativa, investigación y currículo” (Cruz, 2018, pág. 2) .

**Actividades extracurriculares:** “son un elemento importante en el ámbito universitario por contribuir a la formación integral del joven y generan una atractiva vida universitaria. Dichas actividades deben quedar en un segundo plano en relación a la academia, como complemento de la misma” (López, 2015, pág. 2) .

## **2.5 UNIBE**

**Misión:** La Universidad Iberoamericana del Ecuador es una institución de Educación Superior con orientación humanística, que forma profesionales con valores éticos; comprometida a fomentar el desarrollo sostenible del país a través de la investigación, la tecnología y la innovación. (2015)

**Visión:** La Universidad Iberoamericana del Ecuador será un referente de Educación Superior en el país, por su desempeño hacia la excelencia en los ámbitos de la enseñanza, aprendizaje, la investigación científica y humanística; y la vinculación con la sociedad, para contribuir al desarrollo sostenible del país. (2015)

### **2.5.1 Carreras**

- Contabilidad y Auditoria
- Derecho
- Economía
- Ingeniería de Software
- Licenciatura en Administración de Empresas
- Licenciatura en Enfermería
- Licenciatura en Gastronomía
- Licenciatura en Nutrición y Dietética
- Licenciatura en Producción para Medios de Comunicación
- Licenciatura en Turismo

## **2.6 Bases Legales**

La presente investigación debe estar construida con base en la constitución de la república, para que este apegado a lo que dictan los artículos que sirven y fundamentan la creación del programa radial de carácter informativo que es usado como herramienta para difundir al servicio de la comunidad universitaria de la UNIBE.

En el proyecto se difundirán tanto los proyectos curriculares como extracurriculares que son realizados por los estudiantes de la Universidad Iberoamericana del Ecuador por medio de una plataforma digital, debido a esto está fundamentado legalmente en la Ley Orgánica de Comunicación emitida en el año 2013 y que rige actualmente en el territorio ecuatoriano.

El artículo 4 de la LOC menciona que “no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet”. (LOC, 2013)

## **CAPÍTULO 3**

### **METODOLOGÍA EMPLEADA**

En el presente capítulo se desarrolla la metodología que sustenta el presente estudio, según Arias (2012) “La metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el “cómo” se realizará el estudio para responder al problema planteado” (pág. 110). Por consiguiente, se describen las características de la metodología de la investigación y del producto audiovisual que integran el proyecto de estudio.

#### **3.1 Metodología de la Investigación**

En el presente estudio se desarrolla los aspectos metodológicos de investigación que corresponden al paradigma, enfoque, población y muestra, técnica de recolección de datos (Arias F. , 2012) . En consecuencia, se mencionan los métodos, herramientas e instrumentos que permiten cumplir con los objetivos planteados.

##### **3.1.1 Naturaleza de la Investigación**

La investigación actual se fundamenta en el paradigma positivista como menciona Ballina (2013):

El paradigma positivista, también denominado paradigma cuantitativo, empírico-analítico racionalista, es el paradigma dominante; el positivismo es una escuela filosófica que defiende determinados supuestos sobre la concepción del mundo y del modo de conocerlo, por lo que se extienden las características del positivismo a las dimensiones del paradigma. (págs. 2-3)

En el estudio se percibe la realidad como preestablecida problematizada, a la cual se le dará una solución de manera tangible. Por lo tanto, esta investigación se la realiza desde aspectos generales hacia los particulares, los cuales convergen y se sustentan entre sí.

El trabajo que se desarrolla se enmarca en el enfoque cuantitativo, que según Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren:

Es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas se establecen hipótesis y determinan variables; se traza un plan para probarlas (diseño); se miden las variables en un determinado contexto; se analizan las mediciones obtenidas utilizando métodos estadísticos, y se extrae una serie de conclusiones respecto de la o las hipótesis. (págs. 4-5)

Esto sustenta el presente estudio porque establece preguntas, se midió la variable de estudio la cual es diagnosticar la necesidad de crear un programa radial informativo como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares. Además, se representó en los resultados obtenidos por medio de gráficos estadísticos.

Asimismo, se seleccionó un diseño no experimental que para Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren “lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (pág. 152). Lo que coincide con la presente investigación ya que se recolectan los datos directamente de la realidad que circunda la Universidad Iberoamericana del Ecuador para describir las variables y analizar su incidencia en cuanto a la información necesaria para la elaboración del programa radial informativo.

Los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) precisan sobre los diseños de investigación transversal “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (pág. 151). El presente estudio se realizó en un único periodo de tiempo, en el año 2020.

Por su parte, en lo que respecta al tipo de investigación se asume de campo que según Arias (2012) define:

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (pág. 31)

Lo antes mencionado sustenta el presente trabajo de titulación debido a que se recolectaron datos directamente de la población donde ocurre el fenómeno, la



cuales son: aquellos estudiantes que conforman las distintas carreras de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Además, se decide realizar una investigación descriptiva que según Arias (2012):

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere. (pág. 24)

Por lo tanto, en el actual proyecto se establece el comportamiento de los individuos que son parte de la comunidad universitaria por medio del análisis y de diagnosticar la necesidad de una herramienta que permita a estos la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

### **3.1.2 Población y Muestra**

Para Arias (2014) la población es: “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (pág. 81). En el presente estudio la población ha sido determinada a partir de la identificación del problema, por lo tanto, la población es finita y son 519 estudiantes, los cuales conforman la matrícula total de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

También es importante, establecer la muestra que para Hernández, Fernández Y Baptista (2014) es: “[...] en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (pág. 175). Por consiguiente, en el actual estudio la muestra será establecida a partir de la selección de un grupo representativo, el cual este conformado por 222 estudiantes de las distintas carreras que componen la UNIB.E.

Cabe destacar que según Arias (2012) es necesario seleccionar un muestreo que para el estudio actual es probabilístico estratificado que consiste en: “[...] dividir la población en subconjuntos cuyos elementos posean características comunes, es decir, estratos homogéneos en su interior. Posteriormente se hace

la escogencia al azar en cada estrato” (pág. 84). Por consiguiente, es importante definir al subgrupo que analizado en el presente estudio.

**Tabla 1.** Muestreo Aleatorio Estratificado

<b>Tamaño de la población objetivo</b>		<b>519</b>		
<b>Tamaño de la muestra que se desea obtener</b>		<b>222</b>		
<b>Número de estratos a considerar</b>		<b>9</b>		
<b>222 sujetos</b>				
<b>Estrato</b>	<b>Identificación</b>	<b>Nº sujetos en el estrato</b>	<b>Proporción</b>	<b>Muestra del estrato</b>
1	Administración de empresas gastronómicas - economía	58	11,2%	25
2	Administración de empresas hoteleras	10	1,9%	4
3	Administración turística	27	5,2%	12
4	Comunicación y producción en artes audiovisuales	54	10,4%	23
5	Cosmiatria, terapias holísticas e imagen integral	47	9,1%	20
6	Derecho	73	14,1%	31
7	Ingeniería de software	39	7,5%	17
8	Licenciatura en enfermería	118	22,7%	50
9	Licenciatura en nutrición y dietética	93	17,9%	40
			100,0%	222

### 3.1.3 Técnicas de Recolección de Datos

En la presente investigación se debe asumir una técnica de recolección de datos que según Arias (2012):

Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades: oral o escrita (cuestionario), la entrevista, el análisis documental, análisis de contenido, etc. (pág. 111)

En el estudio que se está desarrollando la recolección de datos se propone aplicar la técnica de la encuesta, para Arias (2012) define la encuesta como “Una estrategia (oral o escrita) cuyo propósito es obtener información: Acerca de un

grupo o muestra de individuos. [...] En relación con la opinión de éstos sobre un tema específico” (pág. 32) . Es importante conocer por medio de la encuesta que se realiza, la necesidad que tienen los estudiantes sobre la creación de un programa radial de formato digital que sea de herramienta para la difusión de actividades curriculares y extracurriculares.

Para el desarrollo de la encuesta es necesario elaborar un cuestionario que como señala Arias (2012) “Es la modalidad que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador” (pág. 74). Es importante definir las preguntas que conforman el instrumento para obtener la información necesaria de la población bajo análisis.

Se diseñó un instrumento el cual consiste en la formulación de 15 preguntas para diagnosticar la necesidad, el contenido y la programación de un programa radial informativo que sirva como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares. La muestra será realizada a 216 estudiantes de las distintas carreras de la Universidad Iberoamericana del Ecuador. Para mayor detalle visualizar el anexo I.

#### **3.1.4 Validez y Confiabilidad**

Los autores Hernández, Fernández y Baptista definen a la validez como aquel proceso que “se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (pág. 200) . Es importante establecer el instrumento que permita medir con certeza para conocer datos certeros y precisos sobre nuestro objeto de estudio.

Así mismo Hernández, Fernández y Baptista (2014) precisan a la validez de contenido: “se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide. Es el grado en el que la medición representa al concepto o variable medida” (pág. 201) .

Además, Hernández, Fernández y Baptista (2014) “se refiere al grado en que aparentemente un instrumento mide la variable en cuestión, de acuerdo con “voces calificadas”. [...] se establece mediante la evaluación del instrumento ante expertos” (pág. 204) . Considerando lo anterior es necesario tener el juicio de un experto que permita e indique la certeza de la medición de la presente investigación. El instrumento se validó por dos profesores; uno especialista de la carrera, otra docente de la universidad.

En cuanto a la confiabilidad Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que “[...] se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales” (pág. 200) . Por lo que es necesario aplicar la herramienta que permita obtener los datos certeros de ser necesario en varias ocasiones.

La consistencia interna es definida por Hernández, Fernández y Baptista (2014) como “coeficientes que estiman la confiabilidad [...] El método de cálculo de éstos requiere una sola administración del instrumento de medición” (pág. 295) . La confiabilidad es de suma importancia para el estudio porque otorga una validez y por ende un sentido científico y profesional. Observar el apartado de anexos, el número tres.

### **3.1.5 Técnica de Análisis de Datos**

Según Arias (2012) define a la técnica de análisis de datos de la siguiente forma: “se definirán las técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis-síntesis), o estadísticas (descriptivas o inferenciales), que serán empleadas para descifrar lo que revelan los datos recolectados” (pág. 111) .

En la investigación de Lúcar (2019) define a la frecuencia relativa como “la probabilidad de obtener cierto dato se obtiene calculando la razón entre la frecuencia absoluta de un dato con el total. Se puede expresar como fracción, decimal o porcentaje. Se denota este valor por  $f_i$ ” (pág. 19) . Es importante conocer los conceptos para utilizarlos dentro de la presente investigación.

Los gráficos de sector son definidos por González y Liste (2013) “representa las frecuencias de una variable mediante la amplitud de un sector circular” (pág. 73). Este grafico representa los datos de forma seccionada.

El análisis de los datos obtenidos una vez que se haya realizado el proceso de obtención de los datos necesarios para la investigación que se está desarrollando se realiza mediante el uso de las herramientas computacionales; Microsoft Excel y SPSS.

### **3.2 Metodología del Producto**

Se asume la siguiente metodología para la creación del programa radial informativo en formato digital para la difusión de actividades curriculares y extracurriculares.

#### **3.2.1 Preproducción**

La primera fase del proceso de creación radial parte desde la definición de lo que se quiere transmitir “lo primero a definir son los ejes temáticos. En este punto quedan determinados los contenidos textuales y musicales” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 87) . Esta es la fase en la que se determinan los temas los pasos previos para iniciar las grabaciones.

#### **Guion Técnico**

La construcción del guion técnico nos permite conformar la pauta a seguir “es un esquema detallado y preciso que incluye: el texto oral, la música, los efectos sonoros, pausas, indicaciones a locutores, y el momento exacto en que ha de escucharse cada cosa”. (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 98) . Mediante esta guía el proceso de grabación se lo elabora de forma ordena y profesional.

#### **Sinopsis**

La sinopsis sirve para dar una breve información sobre nuestro programa “será el germen conceptual de nuestro guion” (Kaplún, 1999, pág. 326) . Así mismo este sirve para que el público pueda identificar de lo que trata el programa.

## **Equipo Técnico**

Este apartado es importante porque mediante esto se construye el programa radial informativo “el estudio de radio. O, más propiamente, el estudio de grabaciones” (Kaplún, pág. 499) . El material técnico es la herramienta que interviene dentro de la fase de producción.

## **Equipo Humano**

En esta parte intervienen las personas que intervienen en el proceso de producción “el personal requerido para realizar un programa y las distintas funciones que deben ser llenadas” (Kaplún, 1999, pág. 458) . Tienen un rol importante el productor, el asistente de producción, los locutores y el operador.

### **3.2.2 Producción**

En esta parte se ejecuta lo planificado en la fase de preproducción “el trabajo consiste en que la partitura (guion o pauta) sea correctamente ejecutada por todos los que intervienen en la salida al aire” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) . Las grabaciones se realizan a partir de la pauta, esto quiere decir que el guion técnico entra en juego, además de los locutores, y el operador de cabina, la combinación de estos permite que se dé la construcción del programa radial.

### **3.2.3 Postproducción**

En esta etapa final se procesan los audios obtenidos “en este momento llegan las evaluaciones de lo que hicimos bien y lo que hicimos mal, lo que sobró, lo que faltó, según los objetivos que nos hayamos trazado al comienzo de la labor” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) . La edición y el montaje son partes fundamentales en esta fase final.

## **Edición**

Este es el primer paso de la fase de postproducción “La instancia más técnica donde se realiza el ensamblado de palabras, música y efectos”. (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) . Las pistas de audio se limpian, de existir se elimina el

ruido, se nivelan los canales a un mismo nivel, este es el que permite corregir los errores que se originen durante la grabación del programa.

## **Montaje**

El paso final de la etapa de postproducción “se ponen en juego las estrategias de significación: donde un efecto o cortina musical pueden reforzar una idea que queremos dejar en claro”. (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) . En esta sección los efectos se agregan y tienen el rol para acentuar y dar énfasis en ciertos momentos requeridos del programa.

### **3.2.4 Difusión**

En la parte final del proceso de producción en donde Sanguinetti y Pereyra (2013) mencionan que “Para publicar contenido multimedia, con adecuada difusión, hay plataformas web que permiten subir audio y compartir el contenido con los demás” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 250) . La retransmisión de los programas se dará desde las plataformas digitales, las cuales favorecen y facilitan el proceso de comunicación.

## CAPÍTULO 4

### RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

Para este capítulo se realiza un análisis de las 165 encuestas aplicadas a los estudiantes de la Universidad Iberoamericana del Ecuador la cual constó en un cuestionario de 14 preguntas. Los resultados que se muestran a continuación fueron elaborados en base a las dimensiones de aceptación, contenido y programación: tendrá una duración de 30 minutos, las 18:00 será la hora a la que se emita y la frecuencia debe ser de una vez por semana, el canal por el cual se emita debe ser YouTube, para la publicidad se deben usar Facebook e Instagram, los contenidos a difundirse deben ser; información de fechas importantes, productos audibles, información de los eventos culturales internos y también que se difundan los emprendimientos de los actores sociales que hacen vida dentro de la institución.

#### 4.1 Resultado de la Investigación

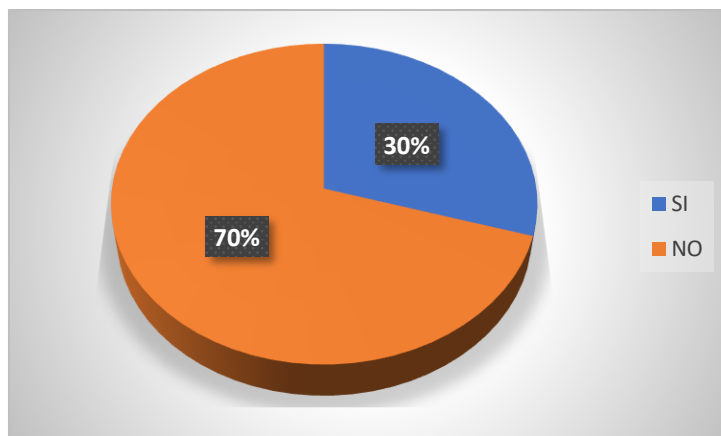
En la presente investigación se ejecutó una encuesta de 14 preguntas a un total de 165 estudiantes, la finalidad de este cuestionario fue diagnosticar la necesidad de crear un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares, así mismo identificar cuáles son las actividades curriculares y extracurriculares que se desarrollan por parte de los alumnos, a continuación se muestran los resultados y se hace un análisis ítem por ítem de las 14 preguntas.

#### Resultados Dimensión Aceptación

**Tabla 2.** Pregunta 1. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #1	SI		NO	
	N	%	N	%
¿Escuchas Radio Online?	49	29,7	116	70,3



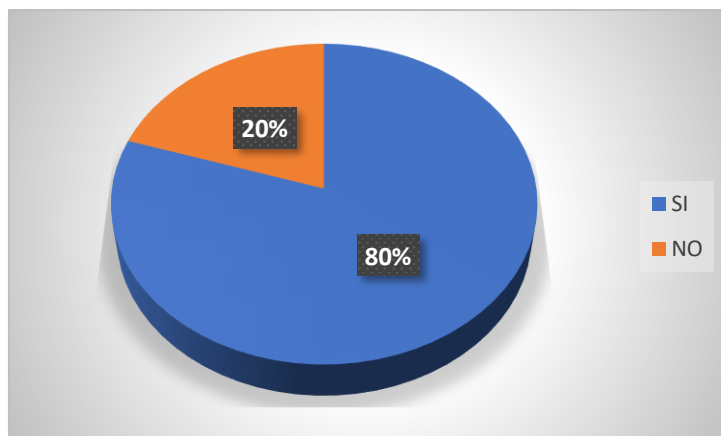


**Gráfico 1.** Pregunta 1. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 2 y gráfico 1 se reflejan los resultados de la pregunta número uno que corresponde a la dimensión de aceptación de las encuestas que se realizó a 165 personas, 49 que representan el 29,7% contestaron que son consumidores de radio online, mientras que los 116 equivalentes a 70,3% restantes no. A pesar de que la mayoría de los encuestados respondieron de forma negativa esto no significa que los estudiantes se opongan a consumir un programa dentro de la universidad, si no que no existe una oferta atractiva que los motive a usar este tipo de medios.

**Tabla 3.** Pregunta 2. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #2	SI		NO	
	N	%	N	%
¿Escucharías un programa difundido por medio de una plataforma digital?	132	80,0	33	20,0

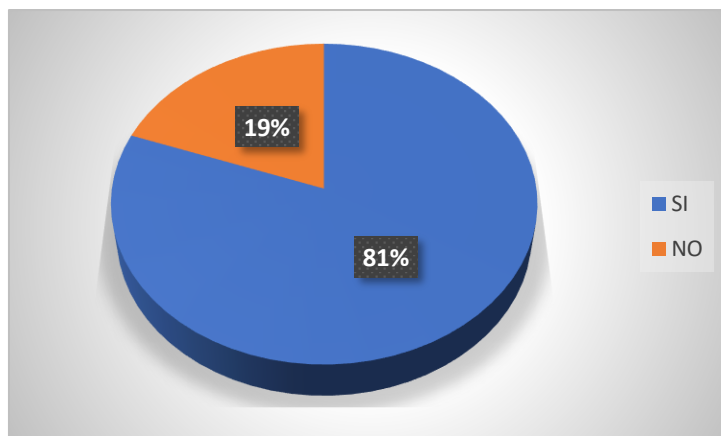


**Gráfico 2.** Pregunta 2. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 3 y gráfico 2 se reflejan los resultados de la pregunta número dos que corresponde a la dimensión de aceptación de las encuestas realizadas a 165 personas, 132 estudiantes que representan el 80% respondieron que, si escucharían un programa difundido por medio de una plataforma digital, mientras que el que 33 que representan 20% respondieron que no. Esto significa que hay una predisposición por parte de los estudiantes a consumir la propuesta radial por medio de una plataforma digital.

**Tabla 4.** Pregunta 3. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #3	SI		NO	
	N	%	N	%
¿Considera necesario la creación de un programa radial en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador?	133	80,6	32	19,4



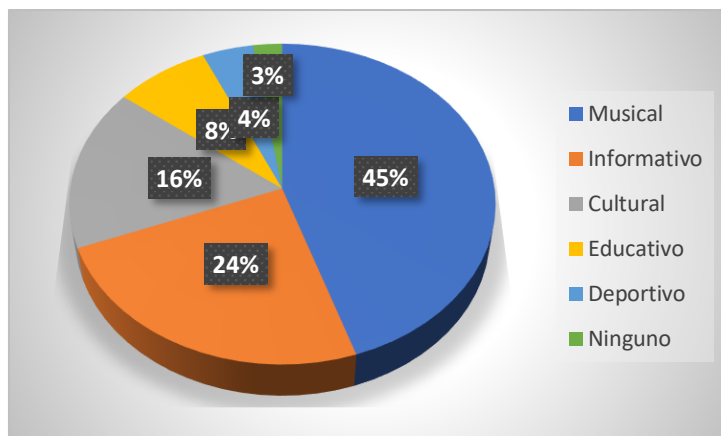
**Gráfico 3.** Pregunta 3. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 4 y gráfico 3 se reflejan los resultados de la pregunta número tres que corresponde a la dimensión de aceptación de las encuestas que se realizó a 165 personas, 133 estudiantes que representan el 80,6% creen que es necesario la creación de un programa radial en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, mientras que 32 que representan el 19,4% consideran que no es necesario, significa que la propuesta del programa radial está pensada desde la necesidad que tienen los estudiantes.

### Resultados Dimensión Contenido

**Tabla 5.** Pregunta 5. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #5	Informativo		Cultural		Musical		Deportivo		Educativo		Ninguno	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
¿Qué tipo de programa te gustaría escuchar?	40	24,2	27	16,4	74	44,8	7	4,2	13	7,9	4	2,4

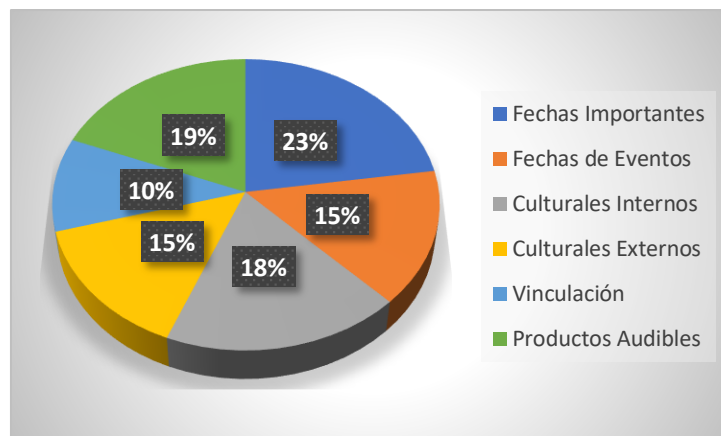


**Gráfico 4.** Pregunta 5. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 5 y gráfico 4 se reflejan los resultados de la pregunta número cinco que corresponde a la dimensión de contenido de las encuestas que se realizó a 165 personas, un total de 74 estudiantes que representan el 44,8% de encuestados quieren escuchar un programa musical, 40 que son el 24,2% quieren un programa informativo, 27 estudiantes los cuales son el 16,4% prefieren uno cultural, 13 que son el 7,9% eligieron uno educativo, 7 que son el 4,2% uno deportivo y 4 que son 2,9% ninguno. Esto demuestra que dentro del programa radial debe haber un espacio musical.

**Tabla 6.** Pregunta 6. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #6	Fechas Importantes		Fechas de Eventos		Culturales Internos		Culturales Externos		Vinculación		Productos Audibles	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
¿Qué tipo de contenido te gustaría escuchar?	98	23,0	65	15,0	80	18,0	63	15,0	45	10,0	82	19,0

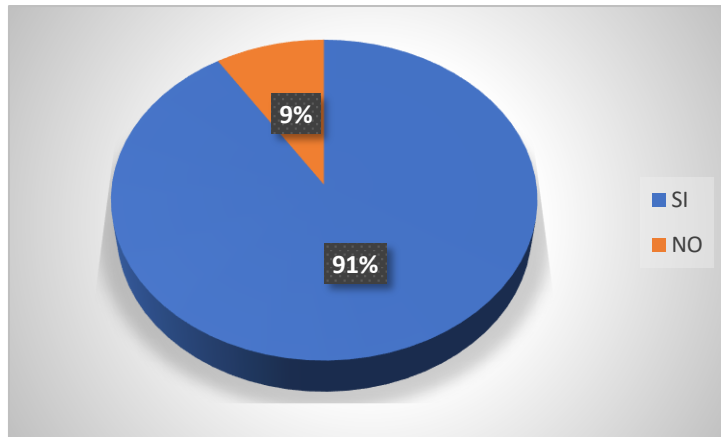


**Gráfico 5.** Preguntas 6. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 6 y gráfico 5 se reflejan los resultados de la pregunta número seis que corresponde a la dimensión de aceptación de las encuestas que se realizó a 165 personas, los cuales eligieron los contenidos de preferencia para que sean desarrollados durante la programación, a continuación se mencionan en orden descendente los contenidos elegidos; 98 que representan el 23% quieren que se informe de fechas importantes, 82 estudiantes los cuales son el 19% eligieron los productos audibles, los eventos culturales internos con 18% fueron seleccionados por 80 encuestados, fechas de eventos con 15% por 65 estudiantes, 63 personas que representan el 15% quieren información de eventos culturales externos y finalmente 45 que son el 10% quieren que se dé un seguimiento a los proyectos de vinculación. Esto demuestra que el alumnado encuestado de la UNIB.E busca estar informado tanto sobre las actividades curriculares y extracurriculares que se desarrollan en el entorno universitario.

**Tabla 7.** Pregunta 7. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #7	SI		NO	
	N	%	N	%
¿Te gustaría que se difundan en el programa los proyectos de Radio, Sonoridad y Montaje que son desarrollados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación?	150	90,9	15	9,1



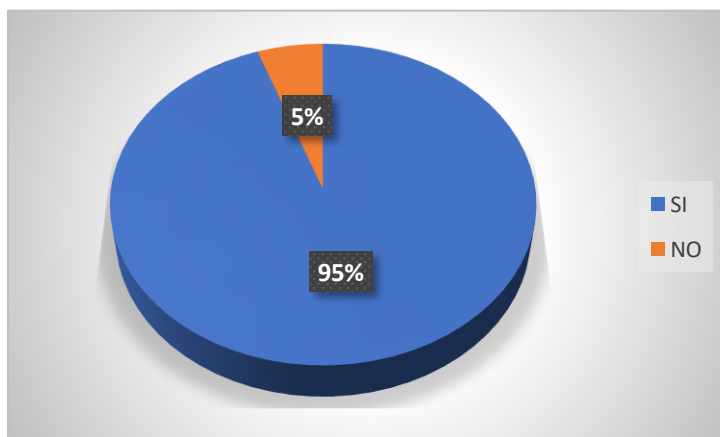
**Gráfico 6.** Pregunta 7. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 7 y gráfico 6 se reflejan los resultados de la pregunta número siete que corresponde a la dimensión de contenido de las encuestas que se realizó a 165 personas, 150 estudiantes que representan el 90,9% quieren que se difundan los proyectos de Radio, Sonoridad y Montaje que son desarrollados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación, mientras que 15 representados por el 9,1% respondieron que no, significa que hay un gran interés por los proyectos sonoros creados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación.

**Tabla 8.** Pregunta 8. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #8	SI		NO	
	N	%	N	%
¿Te gustaría que se difundan en el programa los emprendimientos desarrollados por los estudiantes de la UNIBE?	156	94,5	9	5,5

**Gráfico 7.** Pregunta 8. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

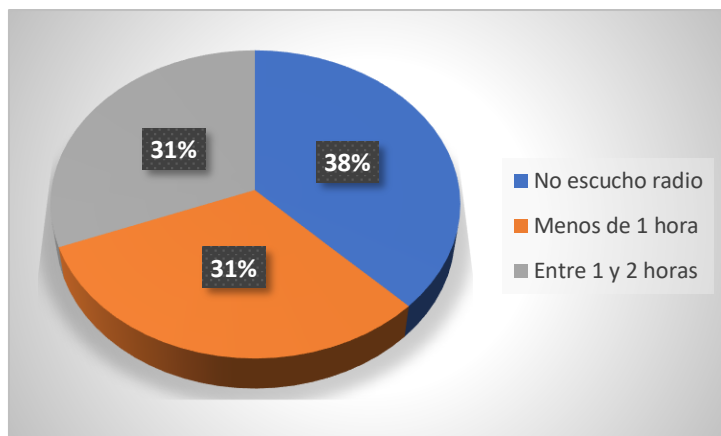


En la tabla 8 y gráfico 7 se reflejan los resultados de la pregunta número ocho que corresponde a la dimensión de contenido de las encuestas que se realizó a 165 personas, 156 estudiante que representan el 94,5% quieren que se difundan en el programa los emprendimientos desarrollados por los estudiantes de la UNIBE, mientras que 9 que son el 5,5% no quieren. Es necesario que dentro de la parrilla de programación el contenido sea sobre los emprendedores que se han formado dentro de la universidad porque existiría una correlación entre servicios y productos que podrían ofrecerse de una forma directa.

### Resultados Dimensión Programación

**Tabla 9.** Pregunta 4. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #4	No escucho radio		Menos de 1 hora		Entre 1 y 2 horas	
	N	%	N	%	N	%
¿Cuántas horas diarias dedica a escuchar radio?	62	37,6	52	31,5	51	30,9



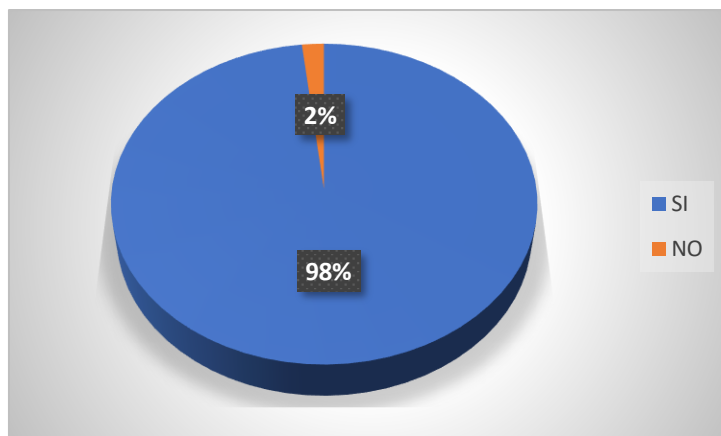
**Gráfico 8.** Pregunta 4. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 9 y gráfico 8 se reflejan los resultados de la pregunta número cuatro que corresponde a la dimensión de programación de las encuestas que se realizó a 165 personas, 62 que representan al 37,6% no escuchan radio, 52 que son el 31,5% escuchan radio menos de 1 hora y 51 que son el 30,9% estudiantes consumen radio entre 1 y 2 horas. Significa que el consumo de radio es mínimo en cuanto a horas, por lo tanto, la duración del programa no debe ser más extensa que lo enunciado.

**Tabla 10.** Pregunta 9. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #9	SI		NO	
	N	%	N	%
¿Eres usuario de plataformas digitales?	162	98,2	3	1,8



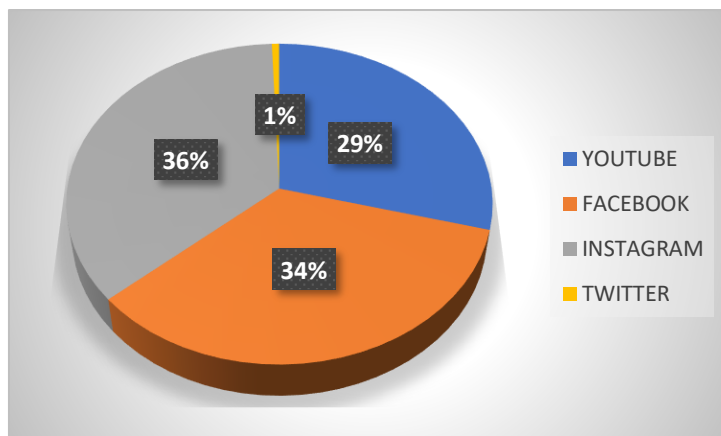


**Gráfico 9.** Pregunta 9. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 10 y gráfico 9 se reflejan los resultados de la pregunta número nueve que corresponde a la dimensión de programación de las encuestas que se realizó a 165 personas, un total de 162 encuestados que representan el 98,2% son usuarios de plataformas digitales, mientras que 3 estudiantes con el 1,8% restante no lo son. Esto significa que la población a la cual está dirigido el presente proyecto son usuarios de las redes por las cuales se pueden difundir el programa digital.

**Tabla 11.** Pregunta 10. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #10	Youtube		Facebook		Instagram		Twitter	
	N	%	N	%	N	%	N	%
¿Qué plataforma digital es de tu preferencia?	48	29,1	57	34,5	59	35,8	1	0,6

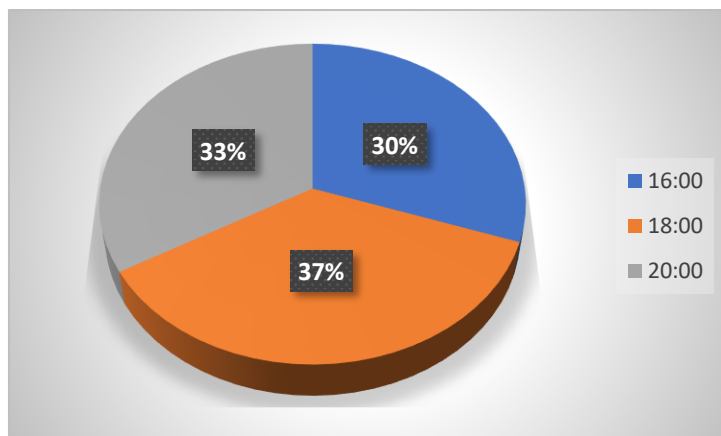


**Gráfico 10.** Pregunta 10. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 11 y gráfico 10 se reflejan los resultados de la pregunta número diez que corresponde a la dimensión de programación de las encuestas que se realizó a 165 personas, un total de 59 encuestados que representan al 35,8% tienen a Instagram como la plataforma digital preferida, 57 encuestados que son el 34,5% tienen a Facebook como la segunda preferida, 48 estudiantes que son el 29,1% eligieron a Youtube, finalmente Twitter con 0,6% elegido por 1 persona. Para la etapa de difusión hay que tener presente que tanto Instagram como Facebook y Youtube son las preferidas por los estudiantes, por lo que se debe emitir desde alguna de estas tres plataformas, así como también para hacer publicidad y avances del programa.

**Tabla 12.** Pregunta 11. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #11	16:00		18:00		20:00	
	N	%	N	%	N	%
¿Qué hora del día elegirías para escuchar el programa radial informativo sobre las actividades curriculares y extracurriculares de la UNIBE?	50	30,3	60	36,4	55	33,3

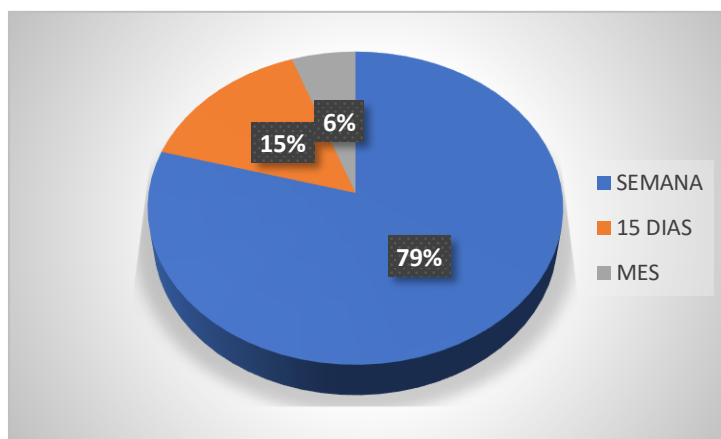


**Gráfico 11.** Pregunta 11. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 12 y gráfico 11 se reflejan los resultados de la pregunta número once que corresponde a la dimensión de programación de las encuestas que se realizó a 165 personas, un total de 60 encuestados que son el 36,4% quieren que el programa se emita a partir de las 18:00 horas, 55 que representan el 33,3% quiere a las 20:00 horas y 50 que son 30,3% a las 16:00 horas. Dado los resultados, el horario en el cual debe emitirse el programa debe ser las 18:00 horas.

**Tabla 13.** Pregunta 12. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #12	1 por semana		1 cada 15		1 cada mes	
	N	%	N	%	N	%
¿Cada cuánto tiempo te gustaría escuchar el programa radial informativo sobre las actividades curriculares y extracurriculares de la UNIBE?	131	79,4	25	15,2	9	5,5

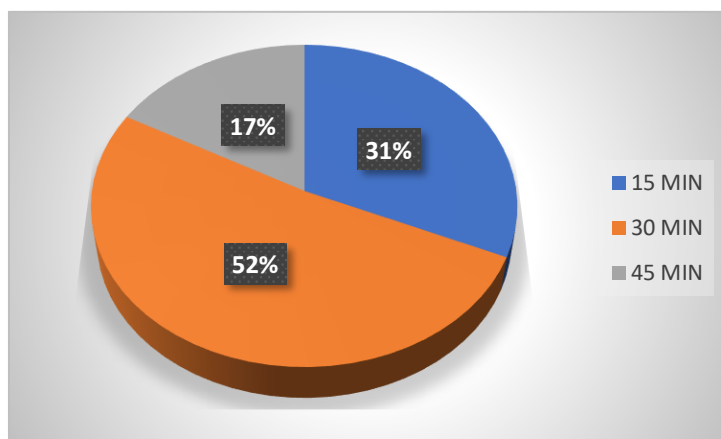


**Gráfico 12.** Pregunta 12. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 13 y gráfico 12 se reflejan los resultados de la pregunta número doce que corresponde a la dimensión de programación de las encuestas que se realizó a 165 personas, un total de 131 encuestados que son el 79,4% quiere una vez por semana escuchar el programa, 25 personas que son el 15% una vez cada quince días y 9 que son el 5,5% una vez cada mes. Significa que el programa debe emitirse una vez por semana.

**Tabla 14.** Pregunta 13. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #13	15 min		30 min		45 min	
	N	%	N	%	N	%
¿Cuánto tiempo prefieres que dure el programa radial informativo sobre las actividades curriculares y extracurriculares de la UNIBE?	52	31,5	85	51,5	28	17,0

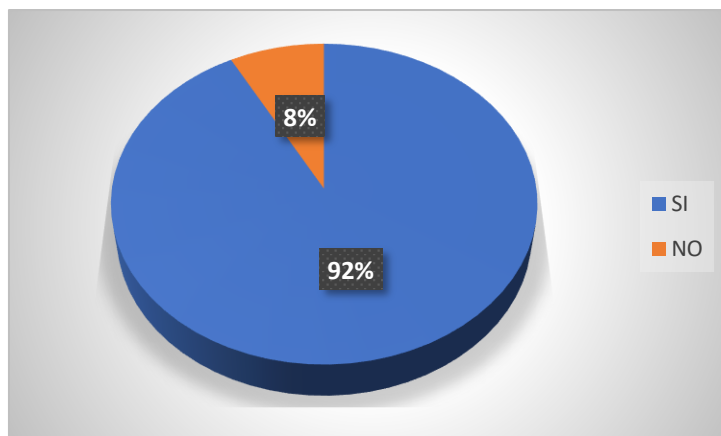


**Gráfico 13.** Pregunta 13. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 14 y gráfico 13 se reflejan los resultados de la pregunta número trece que corresponde a la dimensión de programación de las encuestas que se realizó a 165 personas, un total de 85 encuestados que representan el 51,5% quiere que el programa tenga una duración de 30 minutos, 52 estudiantes que son el 31,5% quiere uno de 15 minutos de duración y 28 que son el 17% quiere uno de 45 minutos. Para la programación es necesario que la presente propuesta tenga una duración de 30 minutos.

**Tabla 15.** Pregunta 14. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

Pregunta #14	SI		NO	
	N	%	N	%
¿Te gustaría que el programa tenga como invitados a docentes y estudiantes de la UNIBE?	152	92,1	13	7,9



**Gráfico 14.** Pregunta 14. Fuente: Base de datos EXCEL. Elaborado por: Cruz (2020)

En la tabla 15 y gráfico 14 se reflejan los resultados de la pregunta número catorce que corresponde a la dimensión de programación de las encuestas que se realizó a 165 personas, un total de 152 encuestados que representan el 92,1% quiere que el programa tenga como invitados a docentes y estudiantes de la UNIBE, mientras que 13 que son el 7,9% no. Es necesario considerar los resultados de esta pregunta para que dentro del programa haya como invitados docentes y estudiantes.

En conclusión, el programa radial informativo debe ser creado y utilizado como la herramienta que permita difundir las actividades curriculares y extracurriculares ya que el 80,6% de los 165 encuestados considera necesario la creación de este espacio. El horario deberá ser el de las 18:00 horas, con una duración de 30 minutos y su frecuencia una vez por semana. Así mismo, se debe pensar en un pequeño espacio musical al haber una preferencia por parte del 44,8% del total de los encuestados por este tipo de contenido. Los contenidos que deben ser desarrollados en el programa radial deben ser; información de fechas importantes, emisión de los productos audibles, los eventos culturales internos. Se le debe dar un gran desarrollo y despliegue a los proyectos creados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación, así como también a los emprendimientos desarrollados por los estudiantes de la UNIBE y se debe contar con invitados que sean docentes o estudiantes de la universidad. El 98,2 % de los 165 encuestados son usuarios de las redes por las cuales se van a difundir el programa digital. La etapa de difusión se la debe realizar por

medio de las siguientes plataformas digitales; Instagram, Facebook y Youtube se las debe usar para hacer publicidad y avances del programa.

## **4.2 Resultados del Producto**

El producto que se plantea para el presente proyecto es un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, el objetivo es que sea utilizado como herramienta para la difusión y promoción de las actividades curriculares y extracurriculares.

### **4.2.1 Carpeta de Producción**

A continuación, se desarrolla la carpeta de producción, la cual consta de la portada, la ficha técnica del podcast, la información general de los contenidos; tema, objetivo, público, longline, tagline, la sinopsis, se desglosa el equipo humano y técnico, así como también el presupuesto, la grilla de programación, la propuesta técnica, así como las etapas de postproducción y difusión.

#### **Portada**



**Figura 1.** Portada del Podcast. Fuente: Carpeta de Producción Feedback.  
Elaborado por: Cruz (2020)

#### 4.2.1.1 Ficha Técnica

**Tabla 16.** Ficha Técnica. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020)

<b>Título</b>	<b>FeedBack</b>
<b>Género</b>	Informativo
<b>Duración</b>	30 minutos
<b>Formato</b>	Podcast
<b>Target</b>	17-28
<b>Año</b>	2021

#### 4.2.1.2 Información General de Contenidos

##### **Tema**

FeedBack es un programa informativo dirigido para los actores sociales de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, para difundir las actividades curriculares y extracurriculares, el cual será emitido en formato podcast por medios de las redes sociales de la UNIB.E.

##### **Objetivo**

Impulsar las distintas actividades que son realizadas por los estudiantes de la UNIB.E.

##### **Público**

El público al que está dirigido es para los actores sociales que hacen vida dentro de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, su rango de edad va desde los 17 a los 28 años.

##### **Longline**

FeedBack es un programa dirigido para los actores sociales de la UNIB.E para difundir las actividades curriculares y extracurriculares, será emitido por medio de una plataforma digital para informar e impulsar dichas actividades.



## Tagline

¡PORQUE EN LA UNIBE TAMBIEN SE HACE RADIO!

### 4.2.2 Preproducción

A continuación, se desarrollan los aspectos que intervienen en el proceso de preproducción, se menciona el equipo humano, el equipo técnico, la grilla de programación, el presupuesto, el cronograma, la propuesta y el guion técnico.

#### Equipo Humano

A continuación, se desglosa el equipo humano que interviene en la producción del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

**Tabla 17.** Equipo Humano. Fuente: Carpeta de Producción Feedback.  
Elaborado por: Cruz (2020)

<b>Función</b>	<b>Nombre</b>
<b>Productor General</b>	Erick Cruz
<b>Asistente de Producción</b>	Mauricio Campaña
<b>Locutor 1</b>	Franklin Rodríguez
<b>Locutor 2</b>	Ana Méndez
<b>Control Técnico</b>	Bryan Ruiz

#### Equipo Técnico

A continuación, se desglosa el equipo técnico que se usa en la producción del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

**Tabla 18.** Equipo Técnico. Fuente: Carpeta de Producción Feedback.  
Elaborado por: Cruz (2020)

<b>Equipo</b>	<b>Descripción</b>
<b>Computadora</b>	Asus VivoBook Pro
<b>Micrófono</b>	Blue Yeti
<b>Mezcladora</b>	Alesis Multimix 4 USB FX
<b>Audífonos</b>	ATH – M30X
<b>Software</b>	Adobe Audition

#### **4.2.2.1 Sinopsis**

Feedback es un programa dirigido para los actores sociales de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, para difundir las actividades curriculares y extracurriculares, así mismo por medio de las entrevistas a emprendedores impulsar los emprendimientos de estos.

#### **4.2.2.2 Presupuesto**

A continuación, se desarrolla el presupuesto para la producción del programa radial informativo, la cifra de \$1250 que pertenece al personal humano se lo debe realizar en el inicio de cada temporada, sin embargo, el valor de \$2038,19 de los equipos es un gasto único que se realiza para cuatro temporadas, por consiguiente, la primera temporada tendrá un costo de \$3288,19.

Según esto, se desglosa el costo que supone el uso de recursos humanos y técnicos para producción del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

**Tabla 19.** Presupuesto. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020)

<b>PRESUPUESTO</b>		
<b>Recursos Humanos</b>		
<b>Nombre</b>	<b>Cargo</b>	<b>Monto</b>
<b>Erick Cruz</b>	Productor General	\$250,00
<b>Mauricio Campaña</b>	Guionista	\$250,00

<b>Franklin Rodríguez</b>	Locutor		\$250,00
<b>Ana Méndez</b>	Locutora		\$250,00
<b>Bryan Ruíz</b>	Control Técnico		\$250,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$1250,00</b>
<b>Recursos Técnicos</b>			
<b>Equipo</b>	<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>
<b>Computadora</b>	Asus VivoBook Pro	1	\$1104,00
<b>Micrófono</b>	Blue Yeti	3	\$149,00
<b>Mezcladora</b>	Alesis Multimix 4 USB FX	1	\$ 83,00
<b>Audífonos</b>	ATH – M30X	4	\$ 69,00
<b>Software</b>	Adobe Audition	1	\$128,19
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$2038,19</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$3288,19</b>

#### 4.2.2.3 Propuesta Técnica

La propuesta técnica se desarrolló pensando en ofrecer y otorgar la máxima calidad de sonido al público oyente. Para la realización del podcast Feedback se determinó que es necesario contar con equipos, los cuales permitan sacar el máximo de rendimiento y a la vez trabajar de una manera fluida y profesional.

La computadora que permite el registro, la edición y el montaje tiene características que admiten realizar este proceso de forma adecuada, sus especificaciones son un procesador Intel Core i7 de octava generación, 16GB de Ram más un terabyte de memoria interna y su sistema es Windows 10.

Los micrófonos elegidos son perfectos para voces, podcasting y entrevistas. Tienen una frecuencia de muestreo de 48 khz, con un conector de 14mm. Tiene patrones polares: cardioide, bidireccional, omnidireccional y estéreo con una respuesta de frecuencia de 20Hz – 20 kHz.

La mezcladora es de sobremesa, tiene cuatro canales equipado con interfaz de audio digital, que permite mezclar en directo o en estudio y grabar el audio directamente al ordenador. ofrece controles de volumen, panorama y

ecualización. Dispone también de un medidor LED multicolor de dos canales y cuatro pasos para la monitorización visual del nivel de la salida principal.

Los audífonos ofrecen el máximo nivel de claridad de audio y aislamiento sonoro, el auricular profesional ha sido optimizado para proporcionar una detallada señal de audio, tiene una respuesta de frecuencia de 15 – 22.000 Hz y su potencia máxima de entrada son 1,300 mW a 1kHz.

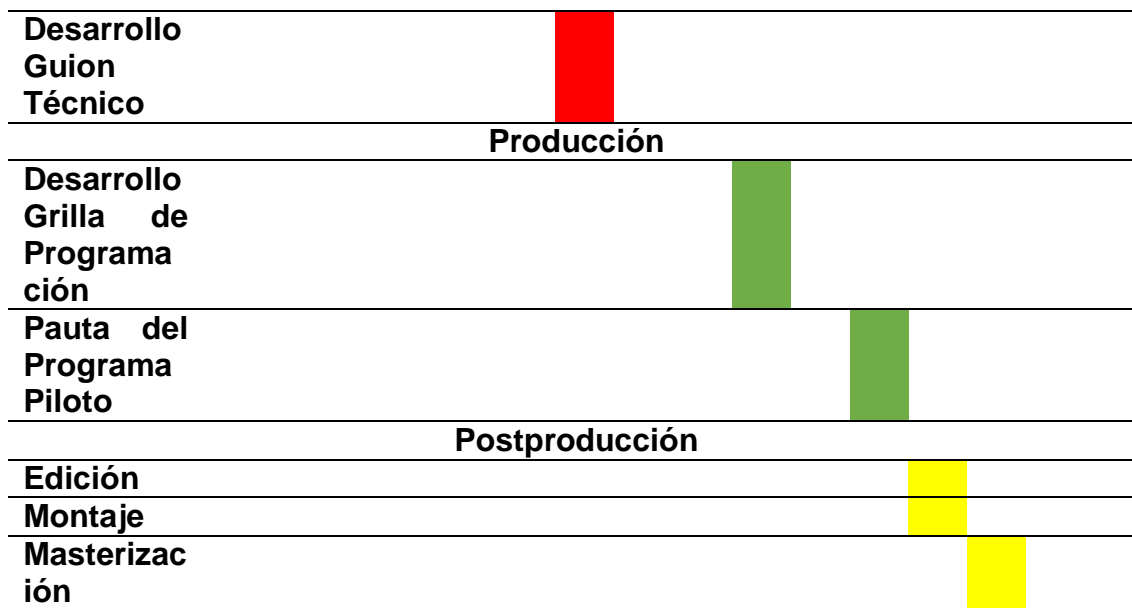
El programa Adobe Audition permite editar y trabajar de manera eficiente por su interfaz optimizada además del multipista lo que ahorra el tiempo al permitir diseñar grandes proyectos sonoros.

#### 4.2.2.5 Cronograma

A continuación, se desarrolla el cronograma de las actividades que se realizan en la carpeta de producción del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

**Tabla 20.** Cronograma. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020)

<b>CRONOGRAMA</b>																
Actividad	Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero			
	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4
<b>Preproducción</b>																
Desarrollo de la idea																
Cronograma																
Sinopsis Longline Tagline																
Desglose Recursos Humanos																
Desglose Equipo Técnico																
Presupuesto																



#### 4.2.2.6 Guion Técnico

A continuación, se desarrolla el guion técnico, este está construido a partir de los resultados obtenidos. Se determina que se debe difundir los productos sonoros de los estudiantes de producción, además debido a que hay una preferencia por el contenido musical se determina que debe haber una entrevista al exalumno Alejandro Arellano. Así mismo se plantea la entrevista a ser realizada al estudiante de Gastronomía, Steven Saa quien tiene su negocio de cerveza artesanal “Flos Montis”. Los recursos sonoros no se mencionan en el guion porque estos deben ser agregados en la fase de montaje según lo requiera el director del programa.

**Tabla 21.** Guion Técnico. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020)

#	Responsable	Texto	Recurso
1	Control	ENTRADA AL AIRE CON CORTINA	Pregrabado
2	Locutores	Ana: ¡¡¡Hola, amigos!!! bienvenidos a su nuevo programa. El día de hoy les contaremos la plena sobre esta hermosa iniciativa para difundir las actividades realizadas por ustedes. Franklin: les mantendremos informados de los eventos más	En Vivo

		<p>chéveres para esta semana que habrá en la universidad.</p> <p>Ana: no se olviden de seguir las redes sociales del programa.</p> <p>En Instagram estamos como @FeedBack</p> <p>En Facebook búscanos como FeedBack</p> <p>Y en Youtube el canal FeedBack</p> <p>Franklin: A continuación, les dejamos con una producción de Madeleine Olmedo realizada en la materia de Sonoridad y Montaje, llamada “el duende Ton Ton”.</p>	
3	Control	Producto Audible	Pregrabado
4	Locutores	<p>Franklin: en esta sección les traemos un invitado muy especial, el cual su música ha llegado a traspasar fronteras.</p> <p>Ana: Hoy tenemos a Alejandro Arellano integrante de la agrupación Discípulos del concreto.</p> <p>La agrupación quiteña es una de las más importantes en la cultura hip hop y es un referente dentro de la música urbana de los últimos cinco años.</p>	En Vivo
5	Locutores	Franklin: ¿Como estas Alejandro?	En Vivo
6	Locutores	Ana: ¿Cuéntanos un poco de como inicio tu carrera?	En Vivo
7	Locutores	Franklin: ¿Es difícil mantenerse en el ámbito musical en el país?	En Vivo
8	Locutores	Ana: ¿Qué te inspira a hacer música?	En Vivo
9	Locutores	Franklin: ¿Como acoplaste tu vida de estudiante con la de musico?	En Vivo
10	Locutores	Ana: Conocimos que gracias a tu música te llego la oportunidad de trabajar para un sello mexicano.	En Vivo
11	Locutores	Ana: ¿Cómo fue esa experiencia?	En Vivo
12	Locutores	Franklin: ¿Cuáles son los proyectos que tienes a futuro?	En Vivo
13	Locutores	Despedida del invitado	En Vivo

14	Control	Tema musical: Discípulos del Concreto – One Two	Pregrabado
15	Locutores	Ana: Volvemos de la pausa musical para entrar en un tema muy importante.	En Vivo
16	Locutores	Franklin: Así es Anita, los emprendedores que se crean dentro de la universidad es algo que debe enorgullecernos como estudiantes de la UNIB.E. Es por esto que el día de hoy les tenemos un invitado muy especial y que nos contará su experiencia como emprendedor.	En Vivo
17	Locutores	Ana: ¿Como estas Steve?	En Vivo
18	Locutores	Franklin: ¿Como inicio tu emprendimiento de cerveza artesanal?	En Vivo
19	Locutores	Ana: ¿Es fácil emprender en un medio tan difícil como el ecuatoriano?	En Vivo
20	Locutores	Franklin: ¿Cómo es tu vida siendo estudiante y a la vez emprendedor?	En Vivo
21	Locutores	Ana: ¿Cómo se puede adquirir el producto Flos Montis?	En Vivo
22	Locutores	Franklin: Que recomendación darías a los compañeros que quieren emprender	En Vivo
23	Locutores	Despedida del invitado	En Vivo
24	Locutores	Ana: Estamos llegando al final, como te ha parecido este primer programa.	En Vivo
25	Locutores	Franklin: Me ha gustado y espero que les haya gustado a todos los que nos escucharon.	En Vivo
26	Locutores	Ana: No se olviden de seguirnos en nuestras redes sociales.	En Vivo
27	Locutores	Franklin: Les repetimos nuevamente, búscanos en Instagram como @FeedBack En Facebook como FeedBack Y en Youtube FeedBack	En Vivo

28	Locutores	Ana: Nos vemos la próxima semana en un programa más de FeedBack. Les dejamos con un tema de Discípulos del Concreto.	En Vivo
29	Control	Tema Musical: Discípulos del Concreto – Punto de Partida	Pregrabado

### 4.2.3 Producción

A continuación, se menciona la grilla de programación, los contenidos que se deben desarrollar en el programa, los cuales están establecidos y fundamentados en la encuesta que se aplicó a 165 estudiantes de la UNIBE, así mismo se mencionan los aspectos para tener en cuenta en la elaboración del programa piloto.

### Grilla de Programación

**Tabla 22.** Grilla de Programación. Fuente: Carpeta de Producción Feedback. Elaborado por: Cruz (2020)

<b>PROGRAMACIÓN ABRIL – JULIO 2021</b>				
<b>Programa:</b> FeedBack				
<b>Duración:</b> 30 minutos				
<b>Tipo:</b> Podcast				
<b>Abril</b>		14/04/2021	21/04/2021	28/04/2021
<b>Mayo</b>	05/05/2021	12/05/2021	19/05/2021	26/05/2021
<b>Junio</b>	02/06/2021	09/06/2021	16/06/2021	23/06/2021
<b>Julio</b>	07/07/2021	14/07/2021	21/07/2021	

### Contenidos

Los contenidos han sido determinados a partir de la ejecución de la encuesta, no es necesario que dentro de un programa se desarrollen todos los contenidos enlistados, debido a que puede haber semanas en las que no haya eventos de los cuales informar.

A continuación, se enlistan los temas a desarrollarse en el programa:



- Productos audibles creados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación de la UNIBE
- Emprendimientos desarrollados por los estudiantes de la UNIBE
- Información de fechas importantes
- Fechas de eventos internos
- Información de eventos culturales internos

## **Pautaje**

Los programas serán grabados de corrido por lo tanto de existir alguna falla durante el transcurso de la grabación se deberá pausar y partir nuevamente la grabación desde unos segundos antes de que se haya cometido el error, todo esto para no perder el hilo conductor ni que decaiga la energía de los locutores ni de los invitados, para esto se deberá contar con un pautaje el cual será basado en el guion técnico de los programas.

## **Programa Piloto**

Para el primer programa el producto elegido para ser difundido es el de la estudiante Madeleine Olmedo, la producción se realizó en la materia de Sonoridad y Montaje. Es una adaptación de la leyenda del duende “Tin Tin”, bajo el nombre de “Ton Ton”, la duración de este va de 4 a 5 minutos.

Dados los resultados y que hay una preferencia al contenido musical se determinó que para el programa piloto debe haber una entrevista a Alejandro Arellano quien fue estudiante de la Escuela de Producción para Medios de Comunicación, actualmente es cantante y compositor en el grupo musical “Discípulos del Concreto”, la duración de la entrevista esta pensada entre 8 a 10 minutos.

Debe haber un espacio importante destinado a los emprendimientos desarrollados por los estudiantes de la UNIBE, para esto se eligió al estudiante de Gastronomía, Steven Saa quien tiene su negocio de cerveza artesanal “Flos Montis”. También se determinó que se debe contar con invitados que sean docentes o estudiantes de la universidad, por lo que En esta etapa se ejecutó el

cronograma, además de él guion literario y el guion técnico mencionados en la fase anterior.

#### 4.2.4 Postproducción

A continuación, se mencionan los pasos que deben ser ejecutados para la realización del programa.

- **Edición:** en este proceso se utiliza el programa adobe audition, en donde los audios obtenidos del programa piloto son limpiados, además de que se ajustan los distintos canales al mismo nivel.
- **Montaje:** en esta fase se utilizan los audios editados en la fase previa y se agregan efectos para dar énfasis en ciertos momentos del programa. Los efectos son para contribuir a la narrativa sonora del público a la cual se está dirigiendo el programa.
- **Masterización:** este es el último paso del proceso de postproducción, aquí se montan todos los audios en un mismo canal y a la vez se hace la mezcla estéreo de todas las pistas.

#### 4.2.5 Difusión

- **Duración**  
30 minutos
- **Frecuencia**  
Una vez por semana
- **Día**  
Miércoles
- **Canal**  
El medio por el que se va a transmitir el programa será por medio de la plataforma digital: YouTube.
- **Publicidad**  
La publicidad y los avances será a través de las siguientes redes digitales: Instagram, Facebook de la UNIB.E.

## CAPITULO 5

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para el desarrollo del presente capítulo se plantean las conclusiones y recomendaciones, que se derivan del proceso de análisis de los resultados obtenidos de la ejecución del objetivo general el cual consiste en crear la carpeta de producción de un programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.

#### 5.1 Conclusiones

Las conclusiones que se presentan a continuación se redactan en función al cumplimiento de cada uno de los objetivos.

- Con respecto al objetivo número uno que se refiere a diagnosticar la necesidad de crear un programa radial en formato digital dirigido a la población de la UNIBE, además de identificar las actividades curriculares y extracurriculares que se desarrollan, se concluye que la mayoría de la muestra de estudiantes de la UNIBE coinciden con que es necesario la producción de este espacio, además de que casi en su totalidad los alumnos son usuarios de las plataformas digitales y buscan estar informados sobre lo que propone y se plantea en la presente investigación. Así mismo se identifican dichas actividades, las cuales son: los productos audibles creados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación de la UNIB.E, conocer sobre fechas importantes, eventos culturales internos y los emprendimientos desarrollados por los estudiantes de la institución.
- Para el cumplimiento del segundo objetivo que hace referencia al proceso de preproducción se elaboró el guion técnico en donde se formula la pauta a seguir para el desarrollo del programa y los temas que se desarrollan en este, además de la propuesta técnica que está pensada en otorgar la máxima calidad al público a través de un computador Asus VivoBook Pro, tres micrófonos Blue Yeti, una mezcladora Alesis Multimix, cuatro

audífonos ATH – M30X, más el software de procesamiento Adobe Audition, también se elabora el cronograma el cual consta de 8 semanas. Así mismo se determina que para la primera temporada se necesita un presupuesto de \$3288,19 para la realización del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

- En correspondencia con el tercer objetivo se concluye que la grilla de programación consta de 14 programas para el semestre que entra en curso que es de Abril a Julio del 2021, así mismo se establecen los contenidos a desarrollarse en el programa, los cuales deben ser los productos audibles creados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación de la UNIB.E, los emprendimientos desarrollados por los estudiantes de la UNIB.E, información de fechas importantes, fechas e información de eventos internos, igualmente se establece que debe haber un pautaaje en la grabación de los programas, además se determinan las personas a ser entrevistadas en el programa piloto.
- Para el cumplimiento del cuarto objetivo se concluye que para la etapa de postproducción se lo debe realizar a través del software Adobe Audition, en donde los audios deben seguir una sucesión de pasos, se debe realizar un proceso de limpiado y de ajuste de los distintos canales al mismo nivel, así mismo se realiza el montaje en donde se deben agregar efectos sonoros para darle énfasis, contribuir a la narrativa sonora del producto y finalmente se masterizan las pistas en un mismo canal en donde se realiza la ecualización estéreo de la pista master.
- Con respecto al último objetivo se desarrolló la estrategia de difusión en la cual se establece que el programa debe emitirse los miércoles a las 18:00 horas y su duración debe ser de 30 minutos, así mismo la publicidad del programa será por medio de las redes sociales de la universidad; Facebook e Instagram, además de que se debe crear un canal en la plataforma digital de YouTube del programa para que por este medio sean emitidas cada una de las transmisiones. Así mismo la producción del programa de radio debe ser elaborada y controlada por el departamento

encargado de prácticas preprofesionales de la escuela de Producción para Medios de Comunicación.

## **5.2 Recomendaciones**

- Se recomienda a la Universidad Iberoamericana del Ecuador crear un espacio que fomente la participación de los actores sociales para que exista un proceso de retroalimentación de toda la información que es generada por estos, a través de la ejecución del programa radial informativo en formato digital dirigido a la población de la UNIB.E propuesto como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares.
- Se insta a la escuela de Producción para Medios de Comunicación motivar a los estudiantes a construir productos para medios radiales por medio de los trabajos de titulación para poner en práctica lo aprendido en las materias de Sonoridad y Montaje, Radio, además de que se debe difundir los proyectos creados en dichas materias para generar diálogos entre los productores que se están formando dentro de la institución.
- Se les recomienda a los estudiantes de educación superior desarrollar investigaciones que aborden temáticas tales como las actividades curriculares y extracurriculares que son desarrollados por los alumnos para conocer los intereses y el desarrollo de la vida tanto dentro como fuera de las instituciones universitarias.
- Se insta a la comunidad universitaria en general a seguir generando y desarrollando espacios radiofónicos universitarios para crear procesos comunicativos entre todos los estudiantes que conforman las instituciones.

## GLOSARIO

**Actividades curriculares:** “son un apoyo fundamental para los estudiantes y sirven para ampliar sus niveles de conocimiento en calidad educativa, investigación y currículo” (Cruz, 2018, pág. 2) .

**Actividades extracurriculares:** “son un elemento importante en el ámbito universitario por contribuir a la formación integral del joven y generan una atractiva vida universitaria. Dichas actividades deben quedar en un segundo plano en relación a la academia, como complemento de la misma” (López, 2015, pág. 2) .

**Edición:** “La instancia más técnica donde se realiza el ensamblado de palabras, música y efectos”. (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) .

**Formato Radiofónico:** “Al hablar de géneros y de formatos generalmente aludimos a una manera de clasificar los contenidos de la programación, y a una manera de utilizar ciertas formas de presentar esos contenidos” (Gómez & Octavio, 2010, pág. 2) .

**Grilla de Programación:** “Es una estructura, es un sistema en el cual los diferentes elementos son interdependientes y se relacionan en torno a un eje u objetivo que les da coherencia”. (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 69) .

**Guion Técnico:** “es un esquema detallado y preciso que incluye: el texto oral, la música, los efectos sonoros, pausas, indicaciones a locutores, y el momento exacto en que ha de escucharse cada cosa”. (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 98) .

**Medios de Comunicación:** “son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros” (Dominguez, 2012, pág. 12) .

**Montaje:** “se ponen en juego las estrategias de significación: donde un efecto o cortina musical pueden reforzar una idea que queremos dejar en claro”. (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) .

**Plataformas Digitales:** “posibilitan a todos los que dispongan de una cuenta digital establecer diferentes tipos de vínculos, sean estos profesionales, educativos o afectivos entre otros” (Rojas, 2013, pág. 5) .

**Preproducción:** “lo primero a definir son los ejes temáticos. En este punto quedan determinados los contenidos textuales y musicales” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 87) .

**Producción:** “el trabajo consiste en que la partitura (guion o pauta) sea correctamente ejecutada por todos los que intervienen en la salida al aire” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) .

**Postproducción:** “en este momento llegan las evaluaciones de lo que hicimos bien y lo que hicimos mal, lo que sobró, lo que faltó, según los objetivos que nos hayamos trazado al comienzo de la labor” (Sanguinetti & Pereyra, 2013, pág. 88) .

**Radio:** “Uno de los principales y más antiguos medios de comunicación masiva, es la radio. Su historia en el mudo comienza en 1887 cuando se reveló la existencia de las ondas sonoras descubiertas por Heinrich Hertz” (Dominguez, 2012, pág. 51) .

**Radio Digital:** “Es un producto de la llamada convergencia digital. Desde de la década de 1990, nuevos dispositivos electrónicos de recepción y reproducción digital” (Cortés, 2005, pág. 2) .

**Radio Universitaria:** “Este tipo de emisoras están llamadas a construir sociedad desde la visión particular que la misma Institución imparte a sus estudiantes en cada uno de sus campos de estudio. Se requiere que brinden un aporte cultural desde un estilo propio” (Barrios, 2014, pág. 5) .

**Sinopsis:** “La sinopsis es una síntesis que refleja los elementos fundamentales de la obra audiovisual y que permite al equipo de profesionales que han de producirla hacerse una idea global del proyecto”. (Benítez, Ortega, & Utray, 2013, pág. 2) .



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Fuentes Digitales

- Álvarez, L., Mullo, A., & Mendoza, M. (2017). *La Radio Universitaria en el Ecuador*. Latacunga: Universidad Técnica de Cotopaxi.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Arias, J. (2020). *Implementación de una programación radial para la emisora Híper Radio online de la carrera de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede Cuenca*. Cuenca.
- Ballina, F. (2013). *PARADIGMAS Y PERSPECTIVAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS EN EL ESTUDIO DE LA ADMINISTRACIÓN*. Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Barrios, A. (2014). *La radio universitaria, ¿una mezcla de experiencia, juventud y tecnología?* Chile.
- Benítez, A., Ortega, V. R., & Utray, F. (2013). *Guion técnico y planificación de la realización*. España.
- Bretones, M. T. (2008). *Los medios de comunicación de masas: desarrollo y tipos*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- CES. (2015). *Estatuto de la Universidad Iberoamericana del Ecuador*. Quito.
- Cortés, C. E. (2005). *LA RADIO DIGITAL*. Quito: CHASQUI.
- Cruz, A. B. (2018). *Actividades Cocurriculares en Elena de White y la Propuesta Educativa en un Mundo Posmoderno*. Universidad Peruana Unión.
- Dominguez, E. (2012). *Medios de comunicación masiva*. Estado de México: Red Tercer Milenio.
- Figuroa, C. (2017). *Diseño de un programa radial de arte*. Quito.
- Fuentes, J. J. (2013). *Fundamentos de Radiación y Radiocomunicación*. Sevilla: Universidad de Sevilla.
- García, G., & Vallejo, E. (2016). *Creacion de un programa radial sobre las actividades institucionales de la Universidad Politécnica Salesiana, Sede El Girón*. Quito.

- Gómez, F., & Octavio, M. (2010). *ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN Y LAS FUNCIONES DE LA EMISORA RADIO PROGRAMA PERÚ*. Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo.
- González, C. G., & Liste, A. V. (2013). *Gráficos estadísticos y mapas con R*. Vigo: Diaz de Santos.
- González, M. J. (2010). *La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio*. Madrid: Universidad CEU.
- Goya, E. D. (2012). *Medios de Comunicación Masiva*. Estado de México: Red Tercer Milenio.
- Guerrero, M. V. (2015). *La radio universitaria en Iberoamérica: trascendencia y retos*. Comunicacion y Medios : Chile.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F: McGraw-Hill.
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Kaplún, M. (1999). *PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE RADIO*. Quito: CIESPAL.
- LOC. (2013).
- López, J. R. (2015). *LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ANTE LAS ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES*. Andalucía: Anduli.
- Lúcar, L. F. (2019). *Frecuencia Relativa y Acumulada*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- Pilatasig, H. (2019). *Comunicación y radio: manual de producción radiofónica y guía didáctica para la elaboración y aplicación de formatos radiales*. Quito.
- Quituisaca, I. (2020). *Manual de producción de programas académicos e investigativos en radios universitarias*. Cuenca.
- Rojas, S. R. (2013). *Redes digitales y comunicación: Historia de las plataformas y nuevos vínculos sociales*. Rosario: Universidad Nacional de Rosario.
- Sanguineti, S., & Pereyra, M. (2013). *Vocación de radio: Procesos de producción*. Cordoba: RDU.
- Spiegel, M., & Stephens, L. (2009). *ESTADÍSTICA*. México, D. F.: McGrawHill.

## ANEXOS

**Anexo 1.** Cuadro de Operacionalización de la Variable

Variable	Definición	Dimensión	Indicador	Items o Pregunta	Fuente (opcional)
Necesidad de crear un programa radial en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador como herramienta para la difusión de las actividades curriculares y extracurriculares, mediante la aplicación de encuestas.	Proceso creativo que implica la aplicación de técnicas, hábitos y destrezas cuyo ámbito se centra en la realización de programas, de naturaleza informativa o de creación; que tiene como objetivo la difusión para la consecución de la programación.	Aceptación	Acogida que tendría un posible programa	1 2 3	Encuesta
		Contenido	De lo que se tratará el programa	5	
				6	
				7	
				8	
		Programación	Duración, hora y canal por el que se difundirá el programa	4	
				9	
				10	
				11	
12					
				13	
				14	

## Anexo 2. Encuesta

#	ITEMS O ENUNCIADO	SI	NO
1	¿Escuchas Radio Online?		
2	¿Escucharías un programa difundido por medio de una plataforma digital?		
3	¿Considera necesario la creación de un programa radial en formato digital dirigido a la población de la Universidad Iberoamericana del Ecuador?		
4	¿Cuántas horas diarias dedica a escuchar radio? Seleccione una sola respuesta.		
	No escucho radio		
	Menos de 1 hora		
	Entre 1 y 2 horas		
5	¿Qué tipo de programa te gustaría escuchar? Seleccione una sola respuesta.		
	Informativo		
	Cultural		
	Musical		
	Deportivo		
	Educativo		
	Ninguno		

#	ITEMS O ENUNCIADO	SI	NO
6	Seleccione el contenido relacionado con las actividades curriculares que le gustaría que se desarrollen en el programa radial: (Puede escoger más de una)		
	Información de fechas importantes		
	Fechas de eventos		
	Información de eventos culturales internos		
	Información de eventos culturales externos		
	Seguimiento de actividades de vinculación con la sociedad		
	Productos audibles creados por los estudiantes de la UNIBE		
7	¿Te gustaría que se difundan en el programa los proyectos de Sonoridad y Montaje, de Radio que son desarrollados por los estudiantes de Producción para Medios de Comunicación?		
8	¿Te gustaría que se difundan en el programa los emprendimientos desarrollados por los estudiantes de la UNIBE?		
9	¿Eres usuario de plataformas digitales? (Youtube, Facebook, Instagram, Twitter)		
10	¿Qué plataforma digital es de tu preferencia? Seleccione una sola respuesta.		
	Youtube		

#	ITEMS O ENUNCIADO	SI	NO
	Facebook		
	Instagram		
	Twitter		
<b>11</b>	¿Qué hora del día elegirías para escuchar el programa radial informativo sobre las actividades curriculares y extracurriculares de la UNIBE? Selecciona una sola respuesta.		
	16:00		
	18:00		
	20:00		
<b>12</b>	¿Cada cuánto tiempo te gustaría escuchar el programa radial informativo sobre las actividades curriculares y extracurriculares de la UNIBE? (Frecuencia de programación) Selecciona una sola respuesta.		
	1 vez por semana		
	1 vez cada 15 días		
	1 vez cada mes		
<b>13</b>	¿Cuánto tiempo prefieres que dure el programa radial informativo sobre las actividades curriculares y extracurriculares de la UNIBE? Selecciona una sola respuesta.		
	15 minutos		
	30 minutos		

#	ITEMS O ENUNCIADO	SI	NO
	45 minutos		
14	¿Te gustaría que el programa tenga como invitados a docentes y estudiantes de la UNIBE?		

### Anexo 3. Validación

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR



Validado por: PhD. Yemala Castillo  
 Profesión: PhD. En Educación  
 Cargo que desempeña: Directora Académica  
 Firma:  
 Fecha: 28-10-2020



## Anexo 4. Validación

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR



**Apreciación cualitativa:** Está bien sintetizado y mide lo que pretende a profundidad.

**Observaciones:**

Existen preguntas repetitivas que pueden sintetizar en una sola sin afectar lo que se pretende medir, considere también que un instrumento demasiado extenso provoca desinterés en responder objetivamente al sujeto de la muestra.

**Validado por:** Jorge Munive Romero

**Profesión:** Diseñador y productor audiovisual

**Cargo que desempeña:** Docente

**Firma:**

**Fecha:** 03 de noviembre de 2020.

