



UNIVERSIDAD DEL AZUAY

**FACULTAD DE FILOSOFÍA, LETRAS Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA: PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CANAL DE
TELEVISIÓN ON-LINE EN LA UNIVERSIDAD DEL AZUAY**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL Y PUBLICIDAD**

AUTOR: CHRISTOPHER RAMIRO ATIENCIA AMAYA

Directora: CAROLINE ÁVILA NIETO

CUENCA – ECUADOR

2018

DEDICATORIA

Dedicado a mis padres Ramiro y Elizabeth, quienes siempre supieron brindarme amor y apoyo incondicional, a mis hermanos por el simple hecho de serlo. A mi directora Caroline, por toda la ayuda para conseguirlo. Lo dedico con todo el amor a Mamá Rosita, a quien extraño demasiado y me enseñó a jamás perder la fe.

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a mi familia y cada persona que de una u otra forma colaboró con la realización de este trabajo, gracias totales.

ÍNDICE

ÍNDICE.....	iii
CAPÍTULO I.....	8
1. TELEVISIÓN, INTERNET Y EDUCACIÓN.....	8
1.1 Televisión online o por internet como medio educativo.....	10
1.2 Televisión e Internet.....	12
1.3 Televisión online.....	13
1.4 Ventajas del cambio tecnológico.....	15
1.5 La TIC y la educación.....	16
1.6 Televisión online vs YouTube.....	24
1.7 CONCLUSIONES.....	27
CAPÍTULO II.....	30
2. Análisis de Referentes.....	30
2.1 Referentes Nacionales.....	30
2.2 Referentes Internacionales.....	35
2.3 Conclusiones.....	41
CAPÍTULO III.....	43
3. DISEÑO METODOLÓGICO.....	43
3.1 Tipo de estudio.....	43
3.2 Área de estudio.....	43
3.3 Universo y muestra.....	43
3.3.1 Tamaño de muestra:.....	44
3.4 Criterios de inclusión.....	45
3.5 Criterios de exclusión.....	45
3.6 Método y modelo de análisis.....	45
3.7 Recolección de datos.....	45
3.8 Técnicas de investigación.....	45
3.9 Instrumentos.....	45
3.10 Control de calidad de datos.....	46
3.11 Aspecto ético.....	46
3.12 Procesamiento de datos y análisis estadístico.....	46
CAPITULO IV.....	48
4. RESULTADOS.....	48
CAPITULO V.....	53

5. PROPUESTA.....	53
5. 1 Filosofía Corporativa.....	56
5. 2 Fases de Implementación	57
5. 3 Parrilla de programación	58
5. 4 Equipo Humano	59
5. 5 Presupuesto en Equipo Humano.....	65
5. 6 Equipo Técnico.....	65
5. 7 Características y posibilidades técnico-operativas de la Universidad del Azuay frente a la propuesta planteada:	69
5. 8 Tamaño de áreas iniciales para instalación de infraestructura	69
5. 9 Listado general de equipos del diseño propuesto para la UDA	72
CAPÍTULO VI.....	74
6. CONCLUSIONES.....	74
6. 1 RECOMENDACIONES.....	77
BIBLIOGRAFÍA	79
ANEXOS.....	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Estadística oficial de acceso a internet en el país.	11
Gráfico 2 Estadística oficial de acceso a internet en el país.	16
Gráfico 3 Portal web de UCSG Televisión de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.	33
Gráfico 4 Portal web de ULEAM y Alfaro TV de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.	34
Gráfico 5 Portal web de televisión de la Universidad de California.	35
Gráfico 6 Portal web de televisión de la Universidad de Magallanes, Chile.	40

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1 Entrevistas	83
Anexos 2 Encuestas para estudiantes	88
Anexos 3 Encuesta para Docentes.....	91

RESUMEN

Esta investigación propone la creación de un canal de televisión online para la Universidad del Azuay. A través de la revisión de casos de referencia en el país y a nivel institucional, junto con encuestas y entrevistas a la comunidad universitaria, se establece una propuesta anclada en tres ejes: eje educativo, eje de vinculación/experimentación y el eje pedagógico/experimental. Este documento incluye una planificación técnica y operativa, así como el presupuesto para su implementación. El proyecto concluye en que más que un lujo, tener un canal propio se ha convertido en un recurso educativo necesario para una educación multiplataforma de calidad basado en las tendencias tecnológicas actuales.

Palabras clave: educación universitaria, medios audiovisuales, prácticas, televisión digital, televisión universitaria, TIC.

ABSTRACT

This research proposed the creation of an online television channel for the University of Azuay. It was carried out through a reference review of cases at the country level and at the institutional level. Surveys and interviews were conducted with the university community and a proposal was established based on three axes: educational axis, relationship/experimentation axis and the pedagogical/experimental axis. This document included the budget, technical and operational planning for its implementation. The project concluded that having its own channel, more than a luxury, became an educational resource necessary for a multi-platform quality education based on current technological trends.

Keywords: university education, audiovisual media, practices, digital television, university television, ICT.



Translated by
Ing. Paul Arpi

CAPÍTULO I

1. TELEVISIÓN, INTERNET Y EDUCACIÓN

La necesidad de elevar el rendimiento estudiantil siempre ha sido una búsqueda de muchas instituciones educativas, pero este proceso no ha tenido muchos resultados efectivos, en casi todos los países esto es una problemática actual, incluso nuestro país ha entrado en la búsqueda de soluciones para favorecer el proceso educativo formando estudiantes de calidad.

La televisión hoy en día constituye una herramienta persuasiva que nos mantiene en continua comunicación con el mundo que nos rodea; nos mantiene actualizados y de ahí su influencia.

La televisión, considerada fuente de socialización a través de la interpretación que esta hace de la realidad (Ferres, 1994, pág. 64), forma parte del quehacer diario mundial ya que constituye parte primordial de una premisa básica de todo ser humano: la necesidad de estar informado.

Existe una puesta en común sobre los pilares en que la televisión como ente sociocultural está construida, o debería, estos pilares son tres: educar, entretener e informar; no necesariamente en ese orden. (Rodríguez, 2010)

Siendo la televisión y su información un instrumento de poder (Álvarez, 2003), se ha visto la necesidad de crear un medio educativo que ofrezca una programación responsable, que produzca contenidos culturales que busquen educar y formar con un control social.

El auge y la creación de múltiples páginas web en el mundo ha sido atesigante y la lucha por atraer tráfico a sus páginas se ha convertido en el objetivo primordial por no decir el único. El internet se ha convertido en un cuadrilátero donde miles de compañías intentan ganar la pelea creando estrategias de marketing digital para captar la atención de los usuarios, de ese tráfico digital parte la premisa de experimentar en la web. Hoy en día, existen desde galerías de arte online, tiendas de ropa online, páginas webs en donde se reproducen series, hasta canales online que muestran sus perspectivas de acuerdo a la calidad de sus programas y que siguen líneas editoriales propias de cada productor (Beneitone, y otros, 2007).

Son pocos los que pueden interactuar con todas las culturas, y adquirir conocimientos asistiendo a una escuela, sin embargo, son muchas las personas que para aprender y conocer acuden a la televisión, por lo que se convierte en el mejor medio de aprendizaje y socialización, de concienciación y sensibilización, porque nos mantiene informados sobre todos los acontecimientos del mundo entero.

De igual manera, puede ejercer una gran influencia que puede ser positiva como negativa en la conducta de los jóvenes.

Como lo menciona Romero (1997, pág. 108)

Esta institución tiene la peculiaridad de ser externa y estar dentro del hogar por lo cual se considera que es una importante agenda educativa en el contexto familiar, pero se le han atribuido otros poderes como es el de consumir una extraordinaria cantidad de tiempo de la vida familiar, su capacidad de persuasión y de transmisión de mensajes negativos.

Según lo mencionado anteriormente por Romero (1997, pág. 110) se puede conceptualizar a la televisión como una llave que abre varias puertas y lo difícil es saber cuál de todas las puertas nos conduce al mejor camino. Se debería tratar de socializar en el rescate de valores morales, cívicos, éticos, estéticos, religiosos, etc., dependiendo de la programación, un programa puede motivar a la investigación, estimular la imaginación, destrezas, audición y memoria. aprovechando su influencia en los receptores. (Humanes & Ruiz, 2014)

Por otro lado, la televisión nació para informar, educar y entretener, pero hoy en día los canales venden programas más rentables enfocados en obtener mayor *rating*, siendo estos los requisitos para mantenerse al aire.

No todo es malo, como dice E. Hernández (2006, pág. 56)

Hay que reconocer que este masivo medio de comunicación entretiene, informa, acompaña, enriquece vocabulario, aunque solo relativamente. También es la nueva niñera que resuelve la incapacidad de los niños de estar quietos. La clave

no está en el aparato sino en la actitud que se adopta ante ella, hay que limitar el tiempo, seleccionar programas, interpretar contenidos, convertir programas en fuente de comunicación y diálogo.

1.1 Televisión online o por internet como medio educativo

El uso de los medios de comunicación en los procesos educativos se remonta a los años veinte del siglo pasado, con el joven educador francés Célestin Freinet, quien implementó en una escuela del poblado rural Bar-Sur-Loup un periódico elaborado por sus estudiantes (Coslado, 2012). La implementación de este medio de comunicación dentro del modelo educativo no fue entendida por Freinet como “una simple actividad complementaria, extracurricular; sino como el eje central, como el motor del proceso educativo” (Kaplún, 1998, pág. 48).

En el Ecuador, la presencia de internet se ha dado desde la década de los noventa, a través de Ecuánex siendo el avance lento y paulatino debido a los altos costos, hasta los finales de esta época que fue cuando se masificaron los cafenets o cibercafés, y en ese tiempo era utilizado principalmente por universidades (usualmente politécnicas) y entidades bancarias. (Sarango Torres & Villazhañay Molina, 2013)

El uso de internet ha cambiado la forma de interactuar con el mundo. Desde su aparición, uno de los sucesos que se ha desarrollado de una manera diferente es la forma de ver productos audiovisuales estrictamente realizados para televisión, ya sea de señal abierta nacional o pagada. El desarrollo de programas, capsulas, series y demás audiovisuales en el medio, enfocados a un público nacional, es un gran acontecimiento que merece la observación académica.

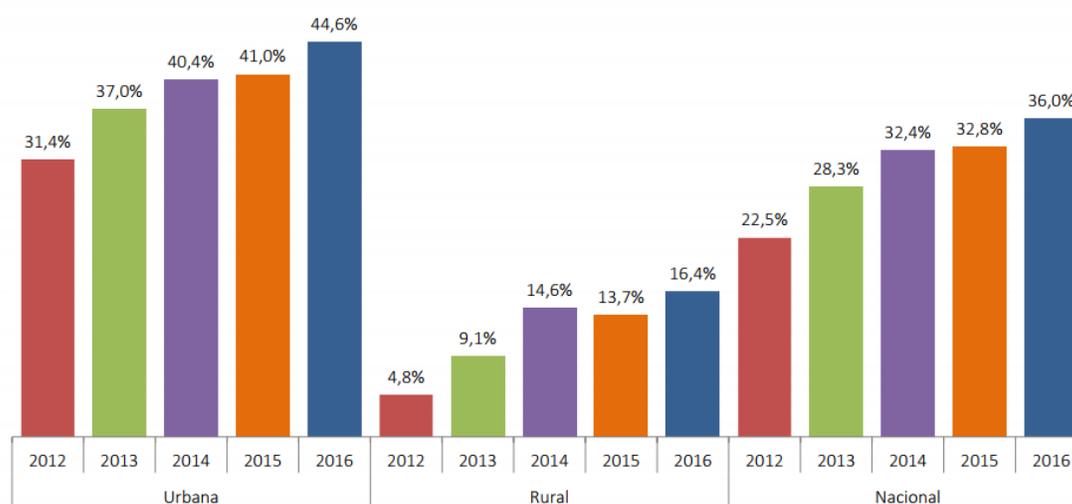
Figura 1

Estadística oficial de acceso a internet en el país.



El 36,0% de los hogares a nivel nacional tienen acceso a internet, 13,5 puntos más que hace cinco años. En el área urbana el crecimiento es de 13,2 puntos, mientras que en la rural de 11,6 puntos.

Acceso al Internet según área



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 - 2016).
Información disponible desde diciembre 2008

Fuente: INEC (2017).

Se observa claramente que el crecimiento anual de personas y empresas que usan internet es evidente; es así como también los medios de comunicación han tenido que acoplarse, creando un servicio adicional en el cual les brindan a sus consumidores la posibilidad de acceder a su material en la web, es decir, que casi todos los canales de televisión cuentan con un portal online, en los cuales se suben reportajes, extractos de programas y en algunos casos contenido paralelo que es netamente transmitido en la página web, esto de una u otra forma es una extensión de lo que dicha línea editorial desea transmitir.

El internet es uno de los medios que se dice no posee límites y sobre el cual la opinión es tan importante como la información. Es ya un sector común en el ciudadano promedio, no obstante, es en los jóvenes donde su uso es excesivamente importante. Carmen Rodríguez Fuentes (2010),

dentro de la Revista Icono, nos plantea que el internet funciona más o menos como un barómetro de diferenciación.

“La televisión, medio de comunicación de masas por excelencia, es parte de ese equilibrador entre la libertad del individuo y la igualdad de todos” (Rodriguez, 2010, pág. 52) la libertad del individuo a la que hace referencia podría ser tomada como la manera en cómo un usuario usa la web, por otra parte la igualdad de todos converge en donde, por ejemplo, cualquier página web de un medio tradicional sea este radio, diarios o televisión, nos permite de forma unilateral a los usuarios obtener información (igualdad de todos), la subjetividad humana entra en juego al momento que observamos las diferentes preferencias en la información (libertad del individuo).

Adentrándonos un poco más al motivo de este trabajo de titulación, se puede mencionar que dentro del enfoque de la investigación se buscará definir como se construye el discurso televisivo dentro de una plataforma web, las reglas que lo rigen y cómo son los procedimientos para llevarlos a cabo. La idea no es satanizar, ni estigmatizar la televisión online, sólo analizar sus ventajas y desventajas, enfatizar su característica de medio emergente y brindar herramientas para que puedan acceder a ella todo aquel que quiera producir contenidos.

1.2 Televisión e Internet

Varios autores están de acuerdo en que la televisión y la Internet no son medios que se sustituyen sino por el contrario han llegado a convertirse en medios que llegan a complementarse.

Guerrero Pérez (2011) afirma que, en un contexto cada vez más digital, a pesar de que la televisión se convierte en una vía más de distribución del contenido, continúa destacando como el medio principal para llegar a grandes audiencias y que no se puede establecer una plataforma por encima de la otra ya que Internet no es considerado como un accesorio de la televisión ni como un competidor.

Humanes y Ruiz (2014), subrayan que se observan dos tendencias entre los jóvenes que se contraponen, es decir, ven la televisión por internet porque les permite participación, pero también la convencional debido a que les permite ser pasivos.

Han existido acuerdos entre los académicos de los medios con motivos de fomentar la participación en la vida común, y con el interés de evadir la exclusión social, en la implementación de un sistema de difusión que debería ofrecer interacción con la audiencia, así como también de proveer de accesos adecuados a contenidos diversos y bien estructurados, que reflejen y sobre todo que provean de la información y comunicación necesarias para la sostenibilidad de una sociedad.

1.3 Televisión online

Es la televisión cuya señal es transmitida vía internet. Se trata de la perspectiva inmediata que proporciona internet para distribuir esta nueva forma de producir y transmitir material de comunicación audiovisual en línea, ofreciendo al usuario la facilidad de reproducirlo al instante, así como también de disponer de contenido pregrabado cuando lo desee, generando interacción entre el espectador y el medio. (UTE, 2012)

La televisión online no posee una estructura básica para la exposición de sus programas; a diferencia de un canal tradicional de televisión normal, el cual debe informar, entretener y educar según el consenso social; es decir, que debe mantener una relación responsable con sus espectadores, y debe seguir una línea editorial que posee ciertas restricciones. Por otro lado, no existen entes reguladores del contenido en la televisión online, por lo que depende estrictamente de la ética de sus productores. (RAMÍREZ, 2007)

Por otra parte, existen organismos de control de los contenidos que son transmitidos por estos medios, es el caso de La Comisión Federal de Comunicaciones (FCC, por sus siglas en inglés) fue establecida por la Ley de Comunicaciones de 1934, como una agencia independiente del gobierno de los Estados Unidos con responsabilidad directa ante el Congreso. La FCC es la entidad reguladora de las comunicaciones, interestatales (entre los estados) e internacionales, de radio, televisión, telefónicas, satelitales y por cable, en los 50 estados, el Distrito de Columbia y los territorios de Estados Unidos. (FCC, 2013)

La Oficina Internacional administra programas y políticas internacionales de telecomunicaciones y satélites, incluidas las funciones de autorización y reglamentación. La oficina también promueve políticas favorables a la competencia en el extranjero, coordina las

actividades del espectro global y aboga por los intereses de Estados Unidos en las comunicaciones y la competencia internacionales.

Sin embargo, la regulación y control de contenidos están regidos a las leyes que los gobiernos de cada país posean, siendo esta responsabilidad de los diferentes tipos de medios digitales o análogos que se mantengan en funcionamiento dentro del territorio.

La recuperación de la inversión en un canal online no es inmediata. Los canales comerciales adquieren sus ingresos a través de publicidad y pautas en sus espacios que obedecen al rating, que es el número de personas que ven dichos programas, de allí parte la cantidad de auspiciantes que pueda tener un espacio en televisión. Ciertos canales online que existen en el país son gracias a las productoras independientes, los mismos que al tener los equipos, dominio y página web, realizan su producción como una alternativa de entretenimiento.

Tomando a la televisión online como un medio de comunicación masivo, debe ser regulado con leyes que se estipulen dentro de la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador, un ejemplo, en la sección de Disposiciones Preliminares y Definiciones:

Art.5 Medios de Comunicación Social. - Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y de televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicio de radio, televisión audio y video por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet.

El estado ecuatoriano expresa abiertamente la importancia de la World Wide Web dentro de los medios de comunicación, es decir que, los canales online no necesitan una concesión de frecuencias, simplemente un dominio web en el cual pueda ser cargado o subido contenido de manera en que lo crean pertinente (Registro Oficial, 2013).

1.4 Ventajas del cambio tecnológico

El cambio tecnológico de la televisión analógica hacia la televisión digital promueve aún más los derechos de comunicación, inclusión, cohesión y equidad social de la población, así como la universalización del servicio de televisión abierta de manera libre y gratuita. Además, la digitalización de canales de televisión representa una mejora importante en cuanto al audio, video, y otros servicios interactivos. Cabe señalar que hoy en día hay una gran variedad de canales digitales universitarios, cuyos contenidos abarcan exclusivamente la de educación, salud, cultura, fomentando de esa forma los valores de la sociedad; por último, un canal digital de televisión representa una cantidad considerable de fuentes de empleo, lo cual contribuye al crecimiento económico. (Cimadevilla, 2006).

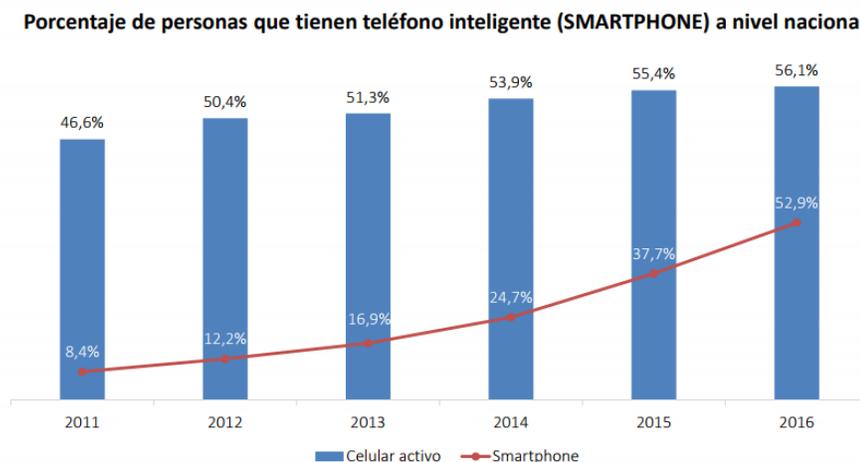
Otro aspecto importante que se debe tomar en cuenta es el crecimiento en la cantidad de personas que poseen un Smartphone en los últimos años; observamos claramente que ha existido un aumento considerable en relación al tiempo transcurrido y la tendencia va en ascenso, esto es de suma importancia ya que los canales online también pueden ser visualizados desde estos dispositivos móviles.

Figura 2

Estadística oficial de acceso a internet en el país.



En 2016, la tenencia de teléfonos inteligente (SMARTPHONE) creció 15,2 puntos del 2015 al 2016 al pasar del 37,7% al 52,9% de la población que tienen un celular activado.



¿El (os) teléfono (s) celular (es) que (...) tiene es / son SMARTPHONE (teléfono Inteligente, se puede comunicar a través e-mails, etc.)?

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2014 – 2016).
Información disponible desde diciembre 2011.

Fuente: INEC (2017)

1.5 La TIC y la educación

Las prácticas de aplicación son consideradas en nuestro país como una actividad de aprendizaje orientada hacia el desarrollo de experiencias por parte de los estudiantes (CES, 2017) siendo considerados no solamente aspectos técnicos-instrumentales, como el manejo de programas de edición de video, manejo de cámaras, manejo de luces, escenarios, etc., sino también de producción mediática, basado en teorías y metodologías que los estudiantes de comunicación pueden desarrollar con la implementación y la relación con las nuevas tecnologías.

Un ejemplo a considerar de lo que este trabajo propone, es el caso de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), quienes desde el año 2004 poseen su propio programa de televisión online, el cual es retransmitido por Manavisión, manteniendo un formato educativo, informativo y cultural; y que desde el año 2009 se ha convertido en una plataforma que sirve como centro de prácticas para estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

Basados en la teoría de Mario Kaplún (1998) sobre los modelos de Comunicación y Educación que propone en su libro “Una pedagogía de la comunicación”; puedo rescatar que uno de los modelos más idóneos para este tipo de metodología que utilizan los medios universitarios dentro del aprendizaje de los alumnos es el modelo del énfasis en el proceso, el cual está basado en ver a la educación como un proceso permanente, en que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento. Un proceso de acción-reflexión-acción que el educado hace desde su realidad, desde su experiencia, desde su práctica social, junto con los demás.

Kaplún (1998) subraya que “El modelo se basa en la participación activa del sujeto en el proceso educativo, y forma para la participación en la sociedad”; este tipo de educación exalta los valores comunitarios, la solidaridad, la cooperación; exalta asimismo la creatividad, el valor y la capacidad potencial de todo individuo; describe también que el proceso educativo es mucho mejor si se lo realiza de manera grupal, ya que el individuo como tal no puede aprender solo por el simple hecho de vivir en una sociedad; todo el proceso se complementa cuando a través de la experiencia compartida y la interrelación con los demás logra aprovechar de mejor manera el aprendizaje pudiendo llegar a una transformación de pensamiento que necesita el colectivo para afianzar y compartir conocimientos que no se logran en la individualidad. “Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha”. (Kaplún, 1998, pág. 53)

La televisión educativa como medio institucional permite formar sin que se sepa que se está formando. Es un medio de comunicación ideal para llegar a todos los estratos sociales mediante los avances de la tecnología. Podemos a través de ella aprender aquello que nos interesa y encontrar rápidas respuestas a nuestras propias necesidades haciéndola una modalidad educativa con educación para todos sin distinción de raza, condición social, nacionalidad.

No solo nos permitirá alcanzar una formación y profesionalización óptima del estudiante, sino también la actualización, capacitación e interrelación de todos, tanto de estudiantes como personal docente y administrativo.

La puesta en marcha de un canal televisivo en cualquier universidad no solo ayuda a mejorar y facilitar el aprendizaje, sino que también estimula el crecimiento de las diversas comunidades que hacen vida dentro y fuera de la misma, demostrando que, si hay una manera distinta de

hacer televisión de calidad, permitiendo a sus estudiantes crecer integralmente dentro del modelo sociedad-medios de comunicación.

Una universidad no solo debe ser partícipe en el desarrollo de la nación, sino protagonista de cambios positivos para una convivencia más correcta con la sociedad y el medio que les rodea y dar solución a problemas que afecta a toda la comunidad con mira a una mejor calidad de vida, a través de programas realizados por especialistas en las diferentes ramas del saber para llegar a todo el conglomerado que atañe sea intra y/o extra universitaria, facilitando el proceso enseñanza-aprendizaje.

La televisión ha demostrado ser un invento que ha coadyuvado a mejorar el desarrollo evolutivo y cognitivo del hombre hacia una sociedad del conocimiento más integral.

Podemos realizar foros y conferencias a distancia con especialistas y personalidades del mundo intelectual, la posibilidad para la universidad y sus diferentes carreras es prioritaria, pues al contar con una fuente fidedigna, cercana, que tenga la posibilidad de fortalecer y brindar ventajas frente a otras universidades, trayendo beneficios a todo nivel.

En la andragogía, el desarrollo de la creatividad de los alumnos es un aspecto prioritario en su formación donde la necesidad de preparar al estudiante en un campo laboral que asocie sus estudios universitarios con las condiciones de trabajo que en el futuro tendrá que enfrentar inculcando la responsabilidad como eje principal de su ética profesional, y eso se logra con la estrategia metodológica que ofrece una televisión educativa.

Kaplún (1998) incide en que la televisión educativa no pretende ni puede sustituir al profesor, es una herramienta que facilita el aprendizaje, haciendo más fácil la labor del docente por ser un medio instruccional. El papel del docente deja de ser el de transmisor de conocimientos y se convierte en un facilitador de procesos cognitivos y de moderador entre el conocimiento y el alumno.

La televisión educativa se caracteriza por tener una concepción netamente pedagógica, sirviendo como un vehículo transmisor de conocimientos, llevar la información al medio, que se diferencia no solo por sus niveles de estudio y aprendizaje cubriendo todo el campo televisivo con las

necesidades tanto del estudiante como de la universidad y por qué no de la nación formando recursos profesionales idóneos.

Los programas ahí impartidos pueden servir para la generación de discusiones en líneas de investigación que sirvan de respaldo a los alumnos que se encuentran en etapas iniciales del proceso de formación. Un canal educativo surge de la necesidad de la difusión del conocimiento, dar a conocer a los estudiantes y ciudadanos los problemas cotidianos con sus posibles soluciones, enseñar aprender, a que lleguen a formar su propio criterio para diferenciar lo real, verdadero de lo ficticio, mentira; llegando así lograr la función social de la universidad en relación con la metodología instruccional más idónea para el ciudadano común.

Que nuestra universidad tenga una señal televisiva en la web, abre puertas para la introducción de la teleeducación, con el uso eficaz de las TICs en la educación, y en pocos años, lograr un posicionamiento dentro de la comunidad educativa virtual, adaptándola a nuestros tiempos, pudiendo hacer extensiones universitarias a distancia, a sectores que se han caracterizado por ser desasistidos, pudiendo consolidarla en poco tiempo, y convertirnos en una transmisora de experiencias de aprendizajes, difundiendo y promocionando el conocimiento hacia todos.

La educación del siglo XXI está cambiando, y reformularla hacia los beneficios que ofrece la nueva tecnología es dar un paso más adelante para el desarrollo y progreso de toda la comunidad social, puesto que, los educadores no solo son los poseedores de experiencias y conocimientos, sino que también deben ser moderadores del proceso de aprendizaje y guías en los procesos que generen contenidos, los cuales deben ser desarrollados con estrategias metodológicas adecuadas. (Álvarez, 2003)

La producción de programas permite crear un recurso audiovisual que puede ser consultado en cualquier momento si hay dudas, para avanzar a otro tema del contenido, según las necesidades de los alumnos, ya que no siempre se puede contar con especialistas para impartir ciertos cursos.

Hacer televisión online, no requiere desarrollar una gran parafernalia de equipos y personal, ni gastos multimillonarios en estudios y recursos de producción, debe ser un recurso al servicio de los usuarios. Una de las ventajas principales es al momento de transmitir información, imágenes,

sonidos, emociones, ya que es un medio casi insuperable con respecto a otros recursos, debido a que logra captar con facilidad la atención de los públicos.

Con el internet la televisión ha tomado diferentes direcciones: su acceso a través de los distintos dispositivos, su convergencia con tecnología de la web 2.0 y los “social media”, han transformado el escenario mediático y modificado las audiencias, reubicándolos con la internet porque al instante de acceder a informaciones políticas, tendemos a combinar ambos medios. Todos los estudios realizados sobre las nuevas prácticas de uso de la televisión tanto en Estados Unidos como en Europa, indican un cambio acelerado. Los jóvenes televidentes pasan del consumo “lineal” de TV, hacia un consumo en “diferido” y “a la carta” en una “segunda pantalla” (ordenador, Tablet o Smartphone). (Ramonet, 2011)

Según datos aportados por la Asociación de Investigación en Medios de Comunicación española en el 2010; encontraron que uno de cada tres encuestados veía la televisión a través de internet (González y López, 2011), sin lugar a duda nos estamos moviendo hacia la sociedad de las “cuatro pantallas” (Aguaded, Sánchez y Marín, 2013).

Como lo dice C. Scolari (2014, pág. 8)

Seguimos siendo grandes consumidores de contenidos audiovisuales, pero los vemos en una amplia variedad de dispositivos y pantallas. La televisión tradicional – la del *broadcasting*- no desaparece, más deja de ser una única forma de consumir contenidos audiovisuales. Las nuevas generaciones tienden a ver cosas diferentes, en diferentes medios y con diferentes modalidades de consumo (en vivo, *streaming*, descargas, etc.).

Torres (2014) decía que la convergencia a la que estamos haciendo referencia está permitiendo que la televisión sea móvil y social, ya que por una parte, puede ser vista a través de diferentes dispositivos en diferentes lugares, y social, porque facilita la discusión de sus contenidos, a través de los dispositivos móviles en las redes sociales, dando lugar a la heterogeneidad de canales, simultaneidad-secuencialidad convergente con canales temáticos de internet, la interactividad y búsqueda, un usuario navegante y buscador exacerbado de contenidos, canales e interacciones de medias como sugería Cebrián Herreros (2004).

Mientras la televisión tradicional “impedía el desarrollo del individuo como generador de comunicación y lo convertía en “público” de espectáculos, actualmente las personas nos hemos convertido en emisores de mensajes, mensajes audiovisuales, como observamos en YouTube o Vimeo, etc., donde muchos crean sus canales y generan su propio contenido, al mismo tiempo que absorben el de alguien más.

La combinación internet y televisión ha hecho que se desarrolle un nuevo tipo de televisión la cual es una realidad en distintos países del mundo, la televisión IP (Internet Protocol), la TVIP o IPTV, como señala Aguaded, Sánchez y Marín (2013) es aquella en la que el telespectador forma parte primordial de ella al mismo tiempo que interactúa con la programación llegando a ser parte de esta, constituyendo así una nueva manera de ver televisión.

La TVIP, sin duda, podrá llegar a formar parte del futuro de la televisión, por la extensión de la banda ancha de internet, el aumento del número de usuarios de internet, y la posibilidad de observarla en diferentes plataformas tecnológicas (Aguaded y Marín, 2013, Orozco, 2014; Torres, 2010; Cabero, 2015; Ramonet, 2015).

La introducción de la tecnología VDSL (Very high bit-rate Digital Subscriber Line) puede relanzar las soluciones de IPTV y el audiovisual a través de la red de banda ancha. Las aplicaciones del periodismo audiovisual en IPTV, sea HDTV (Televisión de alta definición) o estándar (Delgado & Quijada Fernandez, 2007), consumen un alto porcentaje de ancho de banda.

Tabla 1

Megas por segundo de descarga en stream

<u>Aplicaciones</u>	<u>Downstream</u>	<u>Upstream</u>
IPTV	18 Mbps	1 Mbps
Juegos online	2 Mbps	2 Mbps
VoIP	0,3 Mbps	0,3 Mbps
Internet	10 Mbps	4 Mbps
<u>Videoconferencia</u>	<u>2 Mbps</u>	<u>2 Mbps</u>
Total	32,3 Mbps	9,3 Mbps

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de ETAPA y CNT (2017)

La televisión universitaria debe estar dirigida a la promoción de la educación y cultura a la ciudadanía, usando cable, satélite o señal abierta.

De igual manera, debe ser plural, imaginativa, creativa, educadora, con fuerte misión cultural, respetar diferencias, y con misión cultural y alfabética mediática, con programas didácticos, documentales, culturales, científicos e institucionales.

En Ecuador, cabe señalar que se han desarrollado pocas experiencias, las más destacables son el canal universitario de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG) y el canal online de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL), en el caso de la ciudad de Cuenca, el único canal Universitario que está siendo retransmitido vía online desde hace poco es la Universidad Católica de Cuenca (UCACUE).

Frente a otros tipos de televisoras, la universitaria es un modelo que debe ir dirigido hacia la innovación, experimentación y creación, producción de nuevos géneros, formatos y estéticas televisivas (Cabero, 2015, pág. 76), debiendo defender la cultura, la educación y la ciencia, una televisión que debe dar cabida a la participación de todos los sectores universitarios: docentes, discentes y personal administrativo y de servicio.

Por esto se presenta a la TVIP como un recurso para las universidades, no solo para transmitir contenidos e información académica y científica, sino también para intentar la creación de una marca con emisiones en directo captando más usuarios. Es necesario aprovechar los servicios que ofrecen las herramientas de la web. 2,0 como los RSS y las redes sociales, es decir, crear

modelos de TVIP, creando programas específicos que favorezcan la inclusión educativa, en el cual también las personas con algún tipo de capacidades diferentes puedan acceder y producir contenidos para ser ubicados en ellas.

Como lo dijera José Perceval (2007, pág. 4) “Ni la escuela puede vivir de espaldas a los medios, ni la sociedad abandonarse alegremente en el placer pasivo de unos medios cada vez más seductores. La sociedad debe ser educada y la escuela debe ser reformada”.

En un mundo cada vez más globalizado y donde los medios de comunicación están más presentes en la vida de todos, las tecnologías de la información y comunicación han dado un giro total a la educación. El profesor actual debe hacer uso de las TIC en el currículo y en todo el proceso educativo.

Para M. Cebrián (2003, pág. 35), “los profesores del futuro tendrán que adquirir una serie de competencias para hacer un uso adecuado de las TIC y su manejo, debiendo poseer conocimientos sobre las diferentes formas de trabajar las TIC en sus contenidos y áreas específicas, para desarrollar enseñanzas en diferentes espacios y recursos, organizativo y de planificación en el aula, dominio para inserción de técnicas y medios para la formación en cualquier espacio y tiempo que combine la formación presencial con la formación a distancia, y para la selección de materiales”, es decir, el profesor ha dejado de ser la única fuente del saber y el alumnado ha dejado de ser un depositario de información.

La UNESCO (2008) determinó lo que son los ECT-DOC (Estándares de Competencia en TIC para docentes), donde el organismo considera que conforme los estudiantes utilicen de manera permanente y adecuada las tecnologías de la información y de la comunicación, así estarán más capacitados para adquirir los conocimientos, habilidades, destrezas y procederes acordes a las necesidades del siglo XXI donde los estudiantes deben adquirir competencias relacionados con búsqueda, selección y tratamiento de la información.

Siendo la televisión y el internet los medios de comunicación más utilizados por la infancia, adolescencia y juventud, Cebrian (2000, pág. 156) plantea tres objetivos a trabajarse en los centros educativos respecto a la televisión, con la finalidad de formar adecuadamente a los

estudiantes y conseguir que lleguen a ser adultos críticos y formados con tanta información que bombardean en los medios existentes, y son:

1.- Desarrollar programas para que los estudiantes comprendan cómo funcionan y cómo se producen los mensajes en la tv.

2.- Procurar llegar a capacitar en la comprensión de mensajes televisivos, conociendo qué significados provoca en nosotros y en los demás.

3.- Desarrollar una metodología activa con los medios y a través de ellos, es decir, cómo podemos nosotros hacer mensajes televisivos.

La simplicidad de herramientas para el tratamiento de imágenes y sonidos, existencia de espacios en internet para colocar o subir videos de forma sencilla y gratuita, posibilidad de compartir imágenes, videos que pueden ser vistos en todo el mundo revolucionando la sociedad, con redes de usuarios.

La televisión digital produce la aparición de canales temáticos de carácter cultural y educativo, recursos muy positivos e interesantes para mejorar el nivel educativo a través de la difusión del conocimiento.

Hacer un canal bajo la propuesta de comunicación formativa, con información veraz, oportuna y confiable con estrategias de conocimiento y como una tecnología que permite transmitir información atractiva y didáctica, usando la revolución de la información, la red de internet con responsabilidad social, es decir, formar a la opinión.

1.6 Televisión online vs YouTube

YouTube se funda en el año 2005, diseñado por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim; esta plataforma se ha caracterizado por ser un portal web en donde los usuarios pueden reproducir y compartir videos, rompiendo con todos los paradigmas de la navegación web, inclusive un año después de su creación logra convertirse en el invento del año, dicho premio lo otorga la revista Time. YouTube ha sido y seguirá siendo uno de los portales más visitados por los usuarios en todo el mundo.

A pesar de su gigantesca fama ha sido víctima de demandas por varias empresas televisivas como Viacom por una supuesta violación de derechos, esto se debía al hecho de que cualquier usuario tiene la posibilidad de colgar en línea productos audiovisuales de toda índole sean estos o no de su propiedad, de ahí su readecuación en el 2006 la cual sugiere que todas las imágenes y música tengan copyright.

La experiencia más cercana que podemos tener de observar un canal online es el reproducir videos en YouTube. En los comienzos de esta plataforma los videos que se colgaban tenían una duración de cinco minutos, luego, con el avance tecnológico desde el 2011 la capacidad aumentó hasta el punto de poder subir videos de cualquier duración.

La versatilidad que presenta la plataforma, conjunto con una interfaz fácil de usar y llamativa, a parte de los diferentes tipos de calidad de reproducción de video y muchos otros aspectos que ofrece, hacen de YouTube una plataforma cómoda y fácil de usar, haciendo que su éxito siga creciendo; hoy en día se sabe que existen millones de reproducciones diarias. (Prieto, 2011)

Desde mayo de 2007, en YouTube empezaron a aparecer vídeos publicitarios de 15 a 30 segundos y otro en estilo pop-up para toda empresa que lo solicite. El tipo de anuncio mostrado al usuario es completamente expuesto y sin relación con el contenido.

A partir del 2011, se comenzó con el proyecto "YouTube Partner", el cual consiste en dar ingresos reales por medio de Google AdSense o "networks" que son empresas que pagan a los usuarios con mayor audiencia de YouTube, referidos como youtubers. (Bedoya, 2018, p. 20). Las empresas de medios y usuarios independientes que reciben grandes cantidades de reproducciones son capaces de recibir un ingreso económico, con el fin de mejorar la calidad del trabajo, como beneficio para las dos partes.

Por lo tanto, los que hacen parte de este contrato se les da la alternativa de poner anuncios, ya sea dentro del vídeo o a un costado del mismo, con el propósito de obtener ingresos por parte de los anunciantes que invierten por publicidad dentro de los vídeos almacenados en este sitio web.

El costo por vista (CPV) promedio es el valor que un anunciante cancela, por una vista del anuncio de video. El CPV varía en función de la duración del anuncio, la calidad de la creatividad, la orientación y la dinámica del contrato, entre otros factores. (YouTube, YouTube Help, 2016; citado por Bedoya, 2018).

El anunciante tiene la posibilidad de pagar solo cuando un usuario decide mirar su anuncio TrueView durante, al menos, 30 segundos o cuando hace clic en él. Esto quiere decir que una marca puede pautar varias veces un anuncio en el canal de un “youtuber” y este gana por el número de reproducciones de cada video.

YouTube es un portal que prácticamente se crea tras la recolección de varios canales, los mismos que forman parte de un menú independiente de cada usuario que es quien decide qué subir y sobre qué tema generar contenido; una de las manifestaciones más comunes de esto es el “share” o en español “compartir”, el compartir videos dentro de las diferentes redes sociales genera adeptos o también llamados seguidores de estos canales, quienes eligen el tipo de contenido que desean ver, y estos se hacen palpables a través del contador de reproducciones que estos tienen. (Prieto, 2011)

Desde cualquier punto de vista YouTube se ha convertido en un medio aprovechado por muchos para promocionar de todo, sea productos, ideas, artistas, etc. Lo hilarante es que muchas de las veces el impacto llega a ser inintencionado, ya que generalmente se visualizan pequeños extractos de lo que acontece en ciertos programas televisivos, en donde cambiando el contexto y proporcionándole una temática diferente usualmente convierten el video en algo cómico y comienza a difundirse, convirtiéndose en un “video viral”.

Un video viral es básicamente un producto netamente audiovisual que tiene un alto índice de reproducciones, al mismo tiempo que es compartido por miles de usuarios.

A través de este portal, YouTube, se han transmitido una gran cantidad de eventos, tales como noticias, eventos deportivos, conciertos, acontecimientos políticos, etc., vemos como ciertos canales de televisión nacional también cuentan con su propio canal de YouTube, que de una u otra forma lo hacen para buscar ampliar su línea editorial y así llegar a más usuarios de la web.

La gran mayoría de canales tradicionales poseen diferentes páginas en las diferentes plataformas o redes sociales que existen hoy en día, sea twitter, Facebook, Instagram, etc. Esta interacción es la ya mencionada web 2.0, debido a que se vuelve ostensible el intercambio de imágenes, textos, videos e inclusive ideas.

El internet se ha convertido en el medio de los medios, partiendo desde la ampliación del concepto de “mass media” buscando la inclusión de medios tradicionales en la plataforma web, y no solo como retransmisoras de contenido, sino que también se empieza a generar un producto netamente enfocado a las audiencias conectadas a internet.

1.7 CONCLUSIONES

Contar con un canal on-line propio nos permitirá convertirnos de simples espectadores en creadores de nuestro propio contenido, acudiendo a profesionales o especialistas locales, ya que somos capaces de realizar programas en base a nuestra identidad, idiosincrasia, necesidades propias, y no de programas importados que nos presentan otras realidades; si logramos cumplir nuestro objetivo y proyecto llegara un día en que seremos exportadores de programación educativa, científica como otros países anglosajones y de primer mundo.

El proyecto de implementar un canal con señal on-line en nuestra universidad, se presenta para que no solo se proyecte como medio de comunicación, sino como medio de apoyo a la labor de educación integral de nuestra institución, con la participación de toda la comunidad académica, y aprovechar la sinergia de talento humano existente en la Universidad del Azuay, como estrategias para garantizar la calidad de nuestra señal on-line, y sirva de vehículo de construcción y consolidación de una identidad local y regional entre las demás universidades existentes, y por qué no, sirva de modelo a seguir por las mismas en un futuro mediato para adelanto y progreso de plataformas educativas en nuestra patria.

Que propenda el fortalecimiento de convivencia y valores fundamentales entre los que hacemos la Universidad del Azuay, además, que sea un recurso valido accesible a todos quienes conforman la comunidad universitaria, con el objeto de elevar el nivel educativo de la audiencia.

Incluso, promocióne el talento universitario y la participación de la comunidad académica, no solo de la escuela de comunicación social, quienes tendrían la posibilidad de realizar sus pasantías para aprender haciendo, capacitándose en el mismo canal y vivir la experiencia de ser un verdadero comunicador social, sino de las demás facultades, con investigaciones y documentales de acuerdo a sus carreras, que servirían de guía y ayuda en diferentes tópicos que puedan tratarse en los mismos tanto para la familia de la UDA como para toda la ciudadanía que se enlace a través de nuestra señal.

Características

- No todos los programas son aptos para todas las poblaciones, por lo que debe existir un filtro antes de ser utilizados.
- Se debe confluír a un profesional en aspectos del medio televisivo y su lenguaje, en diseño didáctico con medios de enseñanza y en los contenidos a transmitir.
- La información no debe ser redundante, solo lo estricto e importante.

A continuación, basado en la revisión bibliográfica realizada, presento varias ventajas y desventajas que acarrea el hecho de poseer un canal de televisión on-line propio de la universidad:

Ventajas

- Metodologías innovadoras.
- Usar elementos sintácticos y semánticos.
- Educa por uso de medio audiovisuales, mensajes se pueden organizar en forma abierta o cerrada.
- Desarrolla espíritu crítico.
- Ilustrar contenidos curriculares.
- Actualizar currículos de enseñanza.
- Contribuye desarrollo de capacidad de escuchar, observar y relacionar.
- Facilita medios y recursos para maestros y los centros.
- Experiencia para discutir.
- Permite formar una red de televisión educativa a gente o personas que de otra manera estarían marginados.
- Contribuir al desarrollo y formación profesional, ocupacional y continua de estudiantes.

- Introducir en el aula profesores y especialistas.
- Mejorar la formación y perfeccionamiento del profesorado haciendo que ellos observen propuestas de innovación educativa, y desarrollo de nuevas actividades curriculares educativas.
- Ampliar ofertas educativas de la institución.
- Ayudar a la formación a distancia y flexibilidad.
- Diseminar valores educativos y culturales positivos en relación a la ecología, consumo, valores democráticos y hábitos de riesgo.
- Es una herramienta en proceso de aprendizajes.
- Dar a conocer las reformas educativas, becas, convenios, etc.
- Crear experiencias estéticas.
- Es una alternativa de enseñanza que permite quebrar rutina y motivar a los alumnos.
- Hacer una televisión interactiva.

Desventajas

- Las personas están acostumbradas a realizar pautajes solamente en medios tradicionales.
- Los maestros deben preparar actividades y ellos a veces no cuentan con tiempo.
- Carencia de equipos adecuados.
- El uso excesivo puede restar tiempo a la lectura y otras actividades.
- No hay muchos programas educativos y se dificultan encontrarlos para presentarlos.

CAPÍTULO II

2. Análisis de Referentes

En Latinoamérica existen grandes avances de la televisión online, en República Dominicana en el año 2010 nace “República Dominicana TV” convirtiéndose en el primer canal online de dicho país centroamericano, que se inició como un proyecto de televisión pública regentada por el gobierno. Su URL es <http://www.republicadominicanatv.com/> fue netamente online desde su construcción y estuvo al aire por un año de prueba antes de oficializarse.

En cuanto se refiere a nuestro país, la televisión online llega con los canales tradicionales que en sus páginas webs comenzaban a manejar contenidos paralelos; uno de los casos es de Tc Mi canal con su “DUAL” el cual era una retransmisión en vivo por medio de su canal colgado en la web.

A continuación, se analizarán dos canales nacionales e internacionales, los cuales a criterio del autor son los más representativos debido a la longevidad en el medio y desempeño interno de los mismos.

2.1 Referentes Nacionales

En el Ecuador existen varias universidades que han optado por el uso de la tecnología 2.0, estas instituciones que se han adaptado al cambio tecnológico han sido pioneras en la implementación de medios, tanto tradicionales como digitales dentro y fuera de su campus académico, muchos han comenzado por la implementación de radios universitarias con señal abierta, luego migrando y retransmitiendo la misma señal radial por medio de un portal de internet; otras universidades han optado por la creación de un espacio que logre solventar las necesidades tanto de radio como la implementación de un canal de televisión abierto propio de la universidad, de igual manera retransmitiendo el contenido que se produce para la televisión abierta en las diferentes plataformas online que se han creado conjuntamente.

Tenemos el caso de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil quienes desde el año 2004 poseen dentro del campus de la universidad una edificación destinada a la producción y mantenimiento de UCSG Radio y Televisión.

Dentro de las instalaciones se encuentran diferentes departamentos que son los encargados de la programación desde noticias y deportes hasta tele-educación, este último departamento es el encargado de velar por la parte educativa que presenta el canal de televisión.

Por otro lado, está el departamento encargado del entretenimiento, con la producción de distintos programas de variedades sin perder el carácter educativo y basados en el colectivo universitario.

Cada programa que se produce para el canal debe pasar por ciertos filtros antes de ser lanzado al aire, a excepción de los programas en vivo, los cuales también son supervisados por los encargados de cada departamento.

La división que cada departamento tiene es: un editor en jefe, el cual está encargado de velar por todo el contenido y la información que se maneja; un productor, quien es el encargado de toda la parte técnica y de posproducción de cada programa que se realice dentro de su departamento; cuentan también con la colaboración de pasantes que son estudiantes de la misma universidad, quienes son seleccionados según sus capacidades y sobre todo necesidades que el canal tenga.

La Ing. Sonia Ordoñez, quien es coordinadora del departamento de operaciones, menciona que en sus inicios el canal apostó por una súper pc que utilizaba una tarjeta de broadcasting de marca “monar” de transmisión libre, la cual mediante una configuración IP y un punto de conexión de red permitía transmitir contenido en vivo directamente en la plataforma YouTube de manera ininterrumpida; se había optado por este método debido al costo bajo que significaba el adquirir un artefacto como este y que su utilidad, a pesar de ser limitada, es muy recomendable para una transmisión pequeña y de bajo alcance.

Por otra parte, la Ing. Ordoñez también comentaba que en sus inicios comenzaron con el distintivo de ser estrictamente un Canal Educativo, por lo que no se podía pasar publicidad pagada; fue entonces que, en convenio con la universidad, optaron por realizar promociones de las diferentes carreras que ofertaba cada facultad de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, debido a que era un servicio a nivel interno, el canal generaba una orden de pago para la universidad por producción y difusión de la *promo*, a la cual la misma universidad realizaba una transferencia para suplir gastos operativos y de personal.

Hoy en día el canal de televisión se lo considera una especie de facultad adyacente, y cambió su nominación a Canal Comunitario, el cual es regulado por ARCOTEL y SUPERCOM; esto sucede debido a la necesidad de realizar pautajes que sean externos a la universidad; existen dos formas de pautar: realizar menciones dentro de cada programa, o que la publicidad, según el tipo, sea transmitida fuera de la franja horaria permitida según lo estipula la ley para un canal de este tipo.

El abogado Alberto Franco, quien es gerente general encargado del manejo de UCSG-RTV comenta que para la implementación de un canal online es recomendable comenzar con equipos que tengan una vida útil de 3 años como mínimo, contar con un equipo de trabajo de por lo menos 10 personas, quienes deben estar divididas en distintos departamentos encargados de la producción del contenido para los diferentes segmentos o programas que tenga el canal de televisión online, ya que el hecho de ser a través de internet no le quita el profesionalismo con el que se debe manejar para que tenga un resultado favorable para la universidad en vinculación con la comunidad.

Figura 3

Portal web de UCSG Televisión de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.



Fuente: UCSGTV portal
web

UCSG Televisión lleva 10 años al aire y ha sido gracias al trabajo conjunto de mucha gente, quienes no tienen ninguna otra vinculación con la universidad más allá que la laboral, claro que este medio se presta para que los alumnos de carreras afines realicen sus prácticas y tengan la opción de ser contratados al finalizar sus estudios; de igual manera, el abogado Franco menciona que el manejo de la radio y la televisión son indistintos de las diferentes escuelas de la universidad, claro que se maneja siempre un trabajo en conjunto pero la producción es concerniente únicamente del gerente general y de quienes trabajan en el canal de televisión.

En cuanto al canal de televisión online que la UCSG Tv posee es, al igual que los mencionados anteriormente, una retransmisión que utiliza un servidor de *streaming*, el cual capta la señal desde el centro principal de la televisión con señal analógica y la retransmite dentro de un dominio o página web propia del canal; explicaba el Abg. Franco que simplemente se vieron en la necesidad de migrar a la web debido al avance tecnológico y al auge de las redes sociales por

donde también son retransmitidos, en plataformas como Facebook, YouTube, Twitter, e Instagram.

Por otro lado, tenemos el caso Alfaro Tv, canal que le pertenecía a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM). Este canal nace un 7 de septiembre del año 2004, gracias a la iniciativa de un grupo de directivos y docentes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Durante los primeros pasos Alfaro Tv pertenecía al Departamento de Información Bibliográfica y Servicios Educativos (DIBSE), siendo su primer director el Lic. Leonardo Moreira.

Luego en pro de la firma de un convenio suscrito por el Dr. Medardo Mora, rector de la ULEAM, y los principales del canal de televisión Manavisión, transmitido por señal analógica, este canal manabita ha sido la casa de Alfaro Tv durante aproximadamente diez años. El programa cambia de sucesor, en el año 2009, y pasa a formar parte de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, unidad académica que preside la Mgs. Rocío Saltos, quien además es la actual directora de Alfaro Tv.

Figura 4

Portal web de ULEAM y Alfaro TV de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.



Fuente: Uleam portal web

Alfaro Tv es transmitido por Manavisión canal 9, para la provincia de Manabí, los lunes a partir de las 22H00 y su *reprise* los viernes a las 22h30. Los programas también pueden ser vistos en su canal de YouTube.

El canal de la ULEAM posee una videoteca de alrededor de 500 programas, los cuales tratan noticias de Manabí, cultura, deporte y música, cubren eventos que se realizan dentro de la provincia y dentro de la universidad.

2.2 Referentes Internacionales

Es prudente mencionar a una de las primeras universidades en implementar el proceso tecnológico, el uso de la televisión online como fuente de generación de conocimiento y vinculación con la sociedad y el medio en el que se desarrolla, uno de los precursores y actualmente de los más dignos de imitar. La universidad de California (<http://www.uctv.tv/>) que posee su canal de televisión online desde el año 2000, y que actualmente posee una audiencia millonaria, similar a la de cualquier televisión convencional.

Figura 5

Portal web de televisión de la Universidad de California.



Fuente: uctv portal web

La misma que cuenta con una parrilla de programación que realiza emisiones ininterrumpidas desde las 5 hasta las 23 horas, de toda clase de documentales científicos y culturales con un extenso fondo documental, que puede ser consultado sin ningún tipo de restricción, bajo demanda.

El canal de televisión de la Universidad de California retransmite contenido que es producido por los diferentes campus universitarios que posee alrededor de toda California, tenemos como uno de los ejemplos a la Universidad de California en su campus de San Diego, quienes producen diferentes programas que son colgados en la página propia del campus y en la página web oficial de UCTV.

La programación de UCTV está dividida en ocho grandes categorías: Arte y Música, Negocios y Economía, Problemas de Educación, Botánica y Agricultura, Salud y Medicina, Cultura Humana (filosofía, literatura e historia), Asuntos Públicos y Ciencia. A demás se puede acceder a contenido específico que se encuentra agrupado en sub-categorías, series relacionadas, videos *online* más populares y programas recientes, todas estas categorías se relacionan según el tema que se desea buscar.

¿Cómo se pueden visualizar los programas *online* de la UCTV?

Con un internet de alta velocidad, se puede observar este canal desde cualquiera de las plataformas web que posee:

Transmisión en Vivo

Se puede ver el canal UCTV por medio de una plataforma web que permite hacer transmisiones en vivo tal como lo verías en la televisión tradicional. Esta transmisión está disponible en el formato *Flash Video* el cual requiere un *plug-in* en el navegador del computador; aunque actualmente un 98% de los navegadores ya lo tienen pre-instalado, de cualquier forma, puedes descargarlo gratis de ser necesario.

Archivo de Video Online

Se puede también observar cualquier programa específico que se requiera a través de una videoteca digital. La búsqueda en esta videoteca es de fácil acceso ya que se tiene la posibilidad de buscar entre miles de videos, ya sea por título, tema, palabras clave, por la facultad o por el número de identificación del estudiante.

Podcasts de Audio y Video

Existen podcasts descargables tanto de audio en formato mpeg3, como en video en formato mpeg4, en los cuales puedes encontrar muchos programas producidos por UCTV, estos

programas están disponibles para descargarlos en un computador o en un celular. Todos los archivos podcasts se encuentran en las diferentes páginas web, así como también en iTunes U alrededor del campus universitario.

Figura 6

Portal web de televisión de la Universidad de California.



Fuente: uctv portal web

Se observa a continuación la programación y horarios que ofrece el canal de la Universidad de California, un contenido que mezcla ciencia, información y cultura.

12:00 AM	An Evening "On Being" with Krista Tippett -- 2018 Writer's Symposium By The Sea
1:00 AM	Golda Meir Through a Feminist Lens

2:00 AM	<u>Nosferatu with Werner Herzog - Hollywood Berlin</u>
3:00 AM	<u>The Shape Of Water - Script to Screen</u>
4:00 AM	<u>Crossing the rue St. Paul - La Jolla Symphony & Chorus</u>
5:30 AM	<u>Charles McPherson Ensemble - UC San Diego Jazz Camp 2017</u>
6:00 AM	<u>An Afternoon With David Bezmozgis</u>
7:00 AM	<u>Appetite for Organic Foods Brings Big Opportunities - John Foraker, Chairman of the Bunny, Annie's Inc.</u>
8:00 AM	<u>Mike Falzone, Comedian, Musician & YouTube Personality</u>
9:00 AM	<u>How Safe is Your Cycle? How Safe is Your Saddle? - Cycling to Health</u>
10:00 AM	<u>Spirituality and Healthy Aging - Research on Aging</u>
11:00 AM	<u>Dr. Talmadge King - A Life in Medicine: People Shaping Healthcare Today</u>
12:00 PM	<u>Dr. Kirsten Bibbins-Domingo - A Life in Medicine: People Shaping Healthcare Today</u>
1:00 PM	<u>The Government's Reputation Crisis with Amy Lerman -- In the Living Room with Henry E. Brady</u>
1:30 PM	<u>Defending Liberty in the Age of Trump: Lessons from the Front</u>

3:30 PM	<u>What is Sally Ride Science at UC San Diego?</u>
4:00 PM	<u>An Evening "On Being" with Krista Tippett -- 2018 Writer's Symposium By The Sea</u>
5:00 PM	<u>From Basketball and Medicine to Climate: Understanding the World through Statistics</u>
6:00 PM	<u>California's Wildfires and the AlertSoCal System</u>
7:00 PM	<u>CARTA: Cellular and Molecular Explorations of Anthropogeny - Joanna Wysocka, Ajit Varki, Franck Polleux</u>
8:00 PM	<u>From Basketball and Medicine to Climate: Understanding the World through Statistics</u>
9:00 PM	<u>California's Wildfires and the AlertSoCal System</u>
10:00 PM	<u>CARTA: Cellular and Molecular Explorations of Anthropogeny - Joanna Wysocka, Ajit Varki, Franck Polleux</u>
11:00 PM	<u>The Government's Reputation Crisis with Amy Lerman -- In the Living Room with Henry E. Brady</u>
11:30 PM	<u>What is Sally Ride Science at UC San Diego?</u>

Como otro ejemplo un poco más cercano a nuestro entorno tenemos a la Universidad de Magallanes en Chile, una universidad cuyo canal de televisión nace en el año 2004. En sus primeras transmisiones emitía la misma música que la radio de la universidad con la imagen del álbum del artista que sonaba, poco a poco fueron creciendo y consolidándose como un canal que llegó a salir en señal abierta y de forma gratuita.

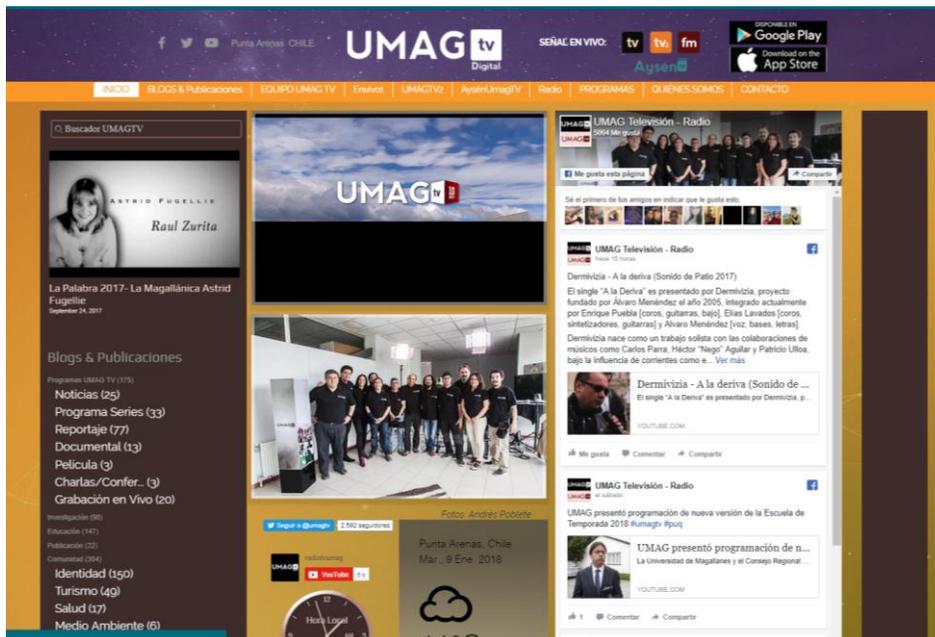
El canal de televisión UMAG TV en la actualidad posee una señal experimental de Televisión Digital (TVD), gracias a que utilizan equipos de transmisión de terceros los cuales son propiedad

de SUBTEL. Ante la promulgación de la nueva Ley de televisión Digital en Chile, año 2015 y el término del plazo Proyecto Desarrollo de Competencias Técnicas Regionales para la señal experimental TVD otorgado por la Subsecretaría de Comunicaciones, SUBTEL en el año 2012, se ve en la obligación de poseer equipos propios de transmisión digital TVD. Este canal cuenta con una transmisión ininterrumpida de 24 horas y se puede observar desde cualquier lugar del planeta conectado a internet, ya que realiza un *streaming* para verlo en vivo, y posee un repositorio o videoteca en YouTube/radiotvumag para verlo por demanda.

No obstante, en noviembre de 2013 comenzó a transmitir en vivo por internet todas las charlas y eventos que se realizan en el auditorio principal, por medio de esta señal UMAGTV2 www.umagtv.cl difunde sus contenidos a través del país, con la señal de CNN en español, quienes toma noticias regionales emitidas por esta universidad, además de distribuir su material audiovisual, con las 16 Universidades Públicas del país.

Figura 7

Portal web de televisión de la Universidad de Magallanes, Chile.



Fuente: UMAGtv portal web

2.3 Conclusiones

La influencia de la televisión en la sociedad es innegable, y su pérdida de ética y compromiso social también. Es por esto, que nosotros como estudiantes y los nuevos profesionales debemos ser conscientes de la responsabilidad social que debemos tener con el medio social. A pesar de las condiciones del mercado existentes, es posible generar productos y medios audiovisuales de interés que apunten al crecimiento y aprendizaje del televidente.

Un canal de televisión ya sea online o no siempre debe manejar una línea editorial que la defina como tal, es decir que tenga claro tanto el tipo de enfoque como el tipo de programas que se van a transmitir, la parrilla de programación dependerá mucho del horario que tenga el canal.

Por lo general cada canal de televisión universitario de los que se acaba de mencionar poseen dentro de su parrilla de programación programas relacionados al desarrollo estudiantil, así como también contenido que busca brindar un aporte cultural y educativo a la sociedad.

Existe un patrón base que manejan los canales de televisión online pertenecientes a instituciones educativas, la mayoría presenta un noticiero enfocado en lo local y nacional, también ofrecen un programa de deportes que se transmite a continuación del noticiero; tienen también un programa sobre cultura y música de la localidad; un programa dedicado a la educación, ya sea con clases pregrabadas o transmisión de cursos en vivo; y un canal de entretenimiento en el cual se expone el colectivo universitario y social. El alcance que el canal de televisión posee dependerá tanto de la infraestructura que se posea como del recurso humano con el que cuenta dicho canal.

Se presentan varias opciones de plataformas que sirven para la transmisión de la programación en vivo, y lo que en general tienen en común estas universidades es que la plataforma por la cual ellos realizan el *streaming* es un servicio externo contratado por la universidad, ya que se requiere de un dominio y de un *host* que sea el encargado de retransmitir la señal por medio digital.

Según el seguimiento y mantenimiento que el canal tenga el alcance se vuelve mucho mayor, claro que dependerá del tipo de programación, así como también de una promoción adecuada que lo acompañe, pero por lo general un canal educativo llega a un público bastante amplio tanto dentro como fuera del campus.

Aunque es importante formar parte productiva dentro del mercado y la industria, no debe ser esta nuestra prioridad. Debemos usar nuestro pensamiento crítico adquirido a lo largo de la formación académica para el bien común, buscando la igualdad y la libertad, esa en mi opinión es la postura que debemos adoptar, evitando en la medida de lo posible caer ante la seducción del dinero, siendo siempre fieles a nuestras convicciones y metas.

CAPÍTULO III

3. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 Tipo de estudio

El presente estudio que sirve como un implemento adecuado con el fin de establecer los parámetros necesarios para la Propuesta de implementación de un canal de televisión on-line para la Universidad del Azuay, es de carácter transversal gracias a la construcción de la propuesta, la cual podría llegar a ser implementada en un futuro.

3.2 Área de estudio

La Propuesta para la implementación de un canal on-line dentro de la Universidad del Azuay va a tener lugar en las instalaciones del campus universitario. Dentro del mismo se usufructuará al personal administrativo, docente y estudiantil de la institución.

3.3 Universo y muestra

Se tomó como universo de estudio a todos los estudiantes y docentes, personal administrativo y directivo de la Universidad del Azuay.

La universidad cuenta con **6567** estudiantes matriculados en el periodo septiembre 2016 – Julio 2017, los mismos que se encuentran distribuidos entre las distintas facultades de la Universidad de las cuales según la fórmula de muestreo para poblaciones finitas.

El total de docentes es de **456**, y de personal administrativo y directivo que participan activamente dentro de la Universidad del Azuay.

Se delimitó el tamaño de la muestra para los dos tipos de poblaciones con la fórmula de muestreo para poblaciones finitas que se muestra a continuación junto a su respectivo desglose.

Margen: 5%

Nivel de confianza: 90%

Población: 6567

Tamaño de muestra: 259

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Según el cálculo de la muestra con un universo de **6567** estudiantes y un nivel de confiabilidad de un 90%, un error de 5%; donde el resultado de la muestra es de **259**.

Margen: 5%

Nivel de confianza: 90%

Población: 456

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza deseado

p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)

q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)

e= Nivel de error dispuesto a cometer

N= Tamaño de la población

confiabilidad de

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

259

Población No. 2.- Docentes y Personal Administrativo

170

3.4 Criterios de inclusión

- Estudiantes que voluntariamente quieran participar en la encuesta
- Estudiantes que cursan de primero a último ciclo

3.5 Criterios de exclusión

- Estudiantes susceptibles que no quieran ser parte de la investigación.

3.6 Método y modelo de análisis

La obtención de los datos requeridos para la investigación utilizó una metodología directa, mediante encuestas realizadas a los estudiantes, docentes, personal administrativo y directivo de diferentes facultades de la Universidad del Azuay sobre su postura respecto a la propuesta de implementación de un canal de televisión on-line dentro de la Universidad.

3.7 Recolección de datos

Se crearon encuestas dirigidas a los estudiantes, docentes, administrativos y directivos; esta encuesta cuenta con preguntas que ayuden en la valoración de la información dada por cada encuestado; la información fue recolectada gracias a la ayuda del programa SPSS, la misma que sirve como herramienta creada con la finalidad de tabular y presentar resultados reales y veraces de las encuestas realizadas.

3.8 Técnicas de investigación

Como ya se ha mencionado anteriormente, la creación de la encuesta ha sido realizada en pro de la investigación, la cual contó con 10 preguntas de selección múltiple, simples, claras y concisas para una rápida respuesta por parte de los participantes.

3.9 Instrumentos

Se utilizaron encuestas on-line y físicas que fueron distribuidas en medios digitales y dentro de la universidad. Para el análisis de los datos se utilizó el mismo programa de recolección y análisis de datos ya mencionada y Microsoft Word para el informe escrito.

Se realizaron entrevistas, realizando 6 preguntas, la primera se la efectuará al Decano de la facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación y la segunda a la Directora del Departamento de Comunicación; las entrevistas fueron grabadas y luego transcritas para su posterior análisis, de las que se obtendrán las preguntas y respuestas más relevantes. Una entrevista más fue realizada al ingeniero Pablo Esquivel, quien es encargado del departamento de operaciones e infraestructura de la Universidad del Azuay y también se realizó una entrevista al Dis. Juan Carlos Lazo, quien es actual director del departamento Universidad Abierta, el cual está encargado de la producción de cursos y clases que se desarrollaran de manera virtual.

Como parte de la recopilación de datos a parte de las tres entrevistas a miembros directivos de la Universidad del Azuay, también se llevó a cabo la visita a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, en la cual se realizaron varias entrevistas, comenzando por el Mgs. Alberto Franco, director general del canal UCSGTV; Mgs. Efraín Luna Mejía, director de la carrera de Comunicación Social; Sra. Bella Obando, Coordinadora del Departamento de Tele-educación; Sra. Sonia Ordoñez, Encargada del departamento de operaciones.

3.10 Control de calidad de datos

Se realizó un exhaustivo análisis de las preguntas seleccionadas para formar parte del formulario y de las entrevistas, para que estas sean de fácil entender, manteniendo un lenguaje universal para todos los participantes del estudio y sobretodo produzca resultados relevantes para esta investigación.

3.11 Aspecto ético

La información que será recolectada será de uso exclusivo para el desarrollo de la investigación, dando confidencialidad a los participantes, así como no existirá gasto alguno por parte del estudiante encuestado, ya que las encuestas serán distribuidas por la parte interesada que realiza esta investigación.

3.12 Procesamiento de datos y análisis estadístico

Se diseñó una encuesta (anexo) entre el 10 y 17 de julio del 2017 con la finalidad de ser aplicadas a los grupos de estudio de la presente investigación, para de esta manera evaluar tanto las

aptitudes como actitudes frente a la implementación de un canal de televisión on-line dentro de la Universidad del Azuay.

+Con motivos de obtener mejores resultados se realizó una prueba piloto de la encuesta el 25 de julio del 2017 con la encuesta anteriormente elaborada al 10% del total de la muestra para cada tipo de población, para verificar si su estructura era la adecuada para la realización del estudio que se llevará a cabo; y en el caso de existir dudas e inquietudes sobre las preguntas, corregirlas o intercambiar por otras para facilitar la comprensión de las mismas al grupo de estudio.

Una vez obtenido los resultados de la prueba piloto llevada a cabo con anterioridad (anexo) y tras haber corregido y verificado los errores de las preguntas de la encuesta elaborada, se realizó el respectivo proceso de validación de las variables dentro de la cuarta semana de julio, considerándola como efectiva para el empleo como instrumento a ser usado en la investigación.

Luego de haber analizado las respuestas obtenidas en la validación de la encuesta, se encontró que es una herramienta adecuada y de fácil entendimiento para casi la totalidad de encuestados, por lo que he decidido aplicarla a la muestra completa esperando obtener resultados favorables para la investigación.

CAPITULO IV

4. RESULTADOS

Del cien por ciento de personas encuestadas, se observa que el 43,9% determinaron que el tiempo que pasan conectados a internet es de 4 a 7 horas, seguido del 35,4% que son quienes se conectan de 8 a 10 horas, el 18,3% se conecta de 1 a 3 horas y un 2,4% se conectan a internet al menos 1 hora al día. En comparación con las estadísticas que presenta el INEC, se puede resolver que ha existido en la población un incremento en las horas de conectividad, ya sea por el aumento de equipos móviles que permiten navegación web o por la contratación de internet en los hogares como lo observamos en el gráfico a continuación.

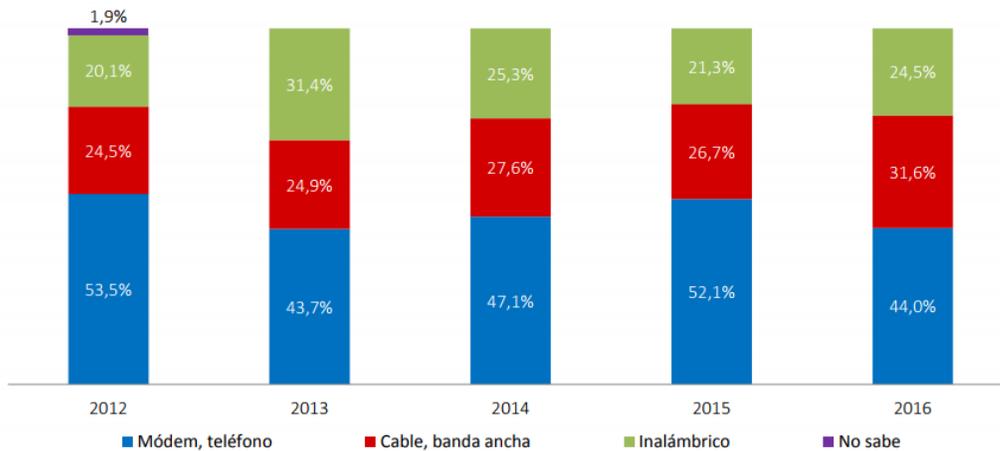
Figura 8

Acceso a internet en Ecuador.



El 36,0% de los hogares tiene acceso a Internet, de ellos el 24,5% accede a través de algún medio inalámbrico, 4,0 puntos más que en 2012.

Hogares que tienen acceso a internet a nivel Nacional



¿Tiene este HOGAR: Módem/Teléfono? ¿Cable/Banda Ancha? Inalámbrico? Ninguno? ENEMDU 2010 - 2012

¿A través de línea telefónica? A través de cable? ¿A través de medio inalámbrico BAM-3G? ENEMDU 2013-2016

Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012 - 2016).
Información disponible desde diciembre 2008

Fuente: INEC (2017)

En la pregunta concerniente al lugar donde se conecta con mayor frecuencia, se obtuvo que del total de personas encuestadas la casa es el lugar con más frecuencia en el que se conectan los estudiantes universitarios con el 59,8%, seguido del 29,3% que nos dice que el segundo lugar

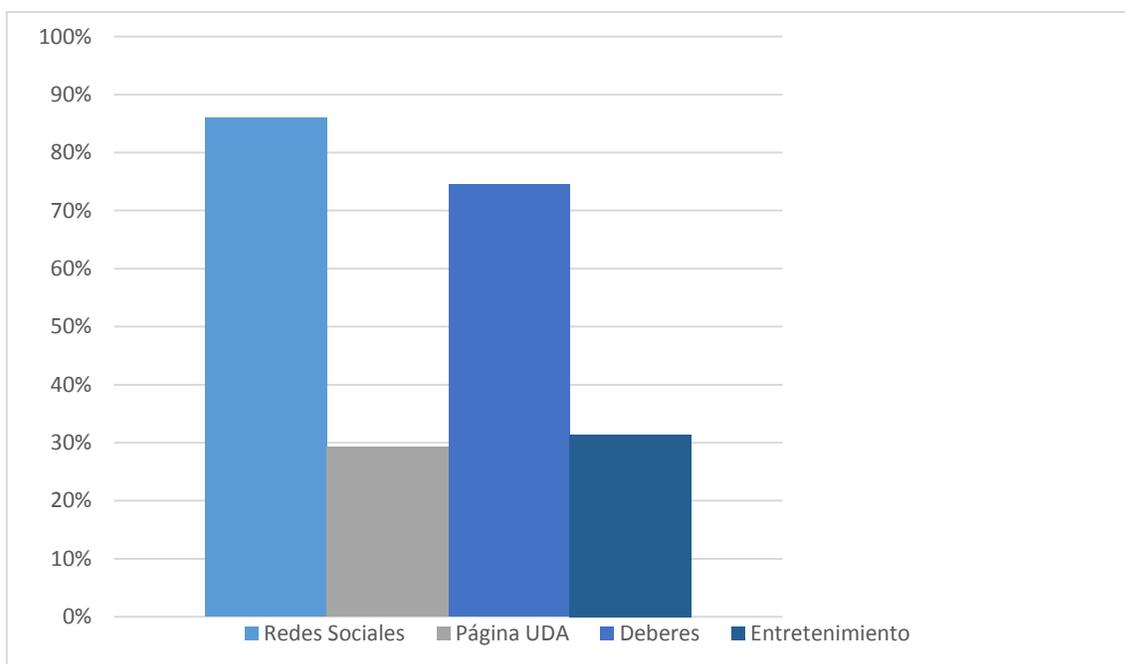
más frecuente es la Universidad, como agregado a la cifra anterior tenemos que un 4,9% refiere que tanto la Universidad y la casa son los sitios donde están mayor tiempo conectados a internet, mientras que el 1,6% determinan que también se conectan cuando se encuentra en el lugar de trabajo, y solo en un 0,4 % refiere que pasan conectados en más de 3 lugares (Universidad, casa, trabajo, o zonas con internet público).

En cuanto se refiere al personal docente se obtuvo que con respecto al lugar donde se conectaban con mayor frecuencia, el 68,7% indicaron que lo hacían en la Universidad, siendo esta una mayoría considerable frente al resto de resultados obtenidos; a lo cual concluimos que existe una concurrencia bastante similar entre profesores y alumnos en el lugar donde se conectan con mayor frecuencia, quedando la Universidad como lugar más relevante, lo cual es favorable para los fines de esta investigación.

Del total de personas estudiadas, se obtuvo que el 86,5% mencionó que prefiere Redes Sociales, seguidos del 74,7% que son quienes se conectan para realizar Deberes, un 29,6% dicen conectarse para revisar la página de la UDA, y un 31,3% refirió que se conecta por Entretenimiento.

Figura 9

Tendencias al utilizar internet.



Fuente: Elaboración propia

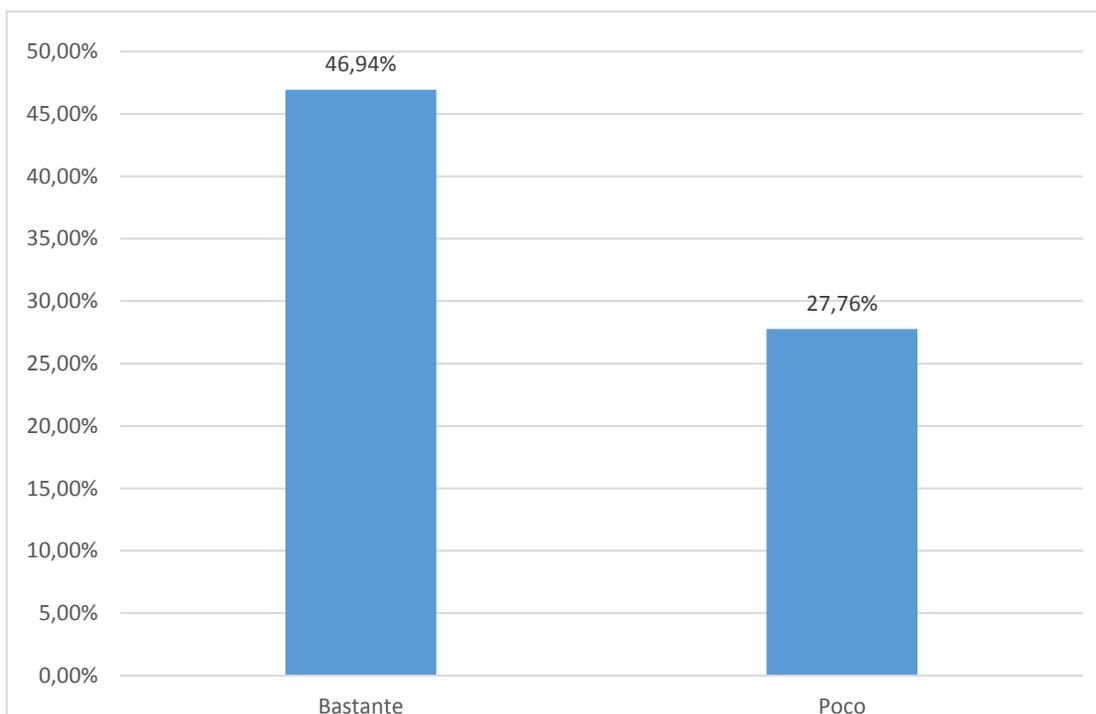
Del total de personas encuestadas, se concluye que el 77,2% revisa la página de la universidad de 1 a 3 ocasiones al día, el 11,8 % No revisa por ningún motivo la página de la Universidad, el 9,8% revisa la página de la universidad de 4 a 6 veces por día, y, en el 1,2% lo realizan 7 o más veces por día.

En cuanto se refiere al personal docente se obtuvieron los siguientes datos: el 34% indicó que ingresaban a la página de la Universidad de 4-6 veces; y, el 29,3% indicaron que ingresaban de 7 o más veces. Concluyendo que los docentes son quienes más tiempo revisan la página de la Universidad.

En cuanto a la pregunta de ¿Qué tanto te gustaría enterarte de todas las actividades de la Universidad a través de un canal online?; se construyó una escala del 1 al 5, en donde 1 representa Bastante que es la más alta de la escala y 5 que representa Nada, que es lo más bajo de la escala. Ahora se observa que, del cien por ciento de personas estudiadas el 46,94% apoyan y se apegan BASTANTE a la idea de tener un canal online propio de la Universidad, seguidos del 27,76% que se encuentran POCO apegados a la idea del canal online.

Figura 10

Enterarse de información por un canal online.



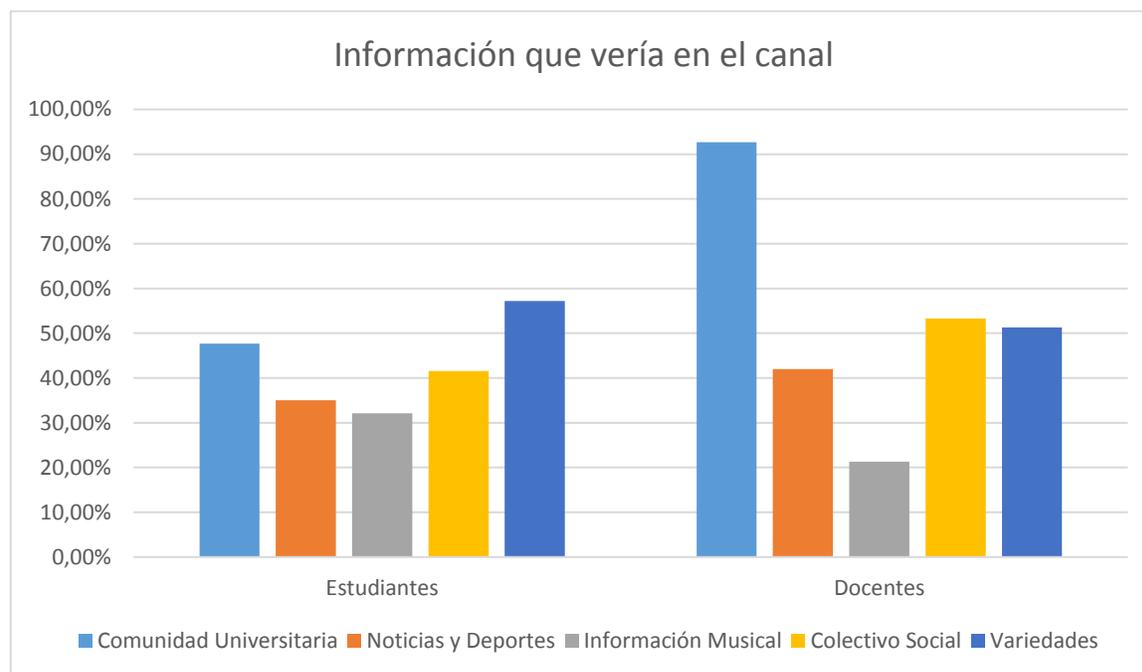
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la variedad de la programación que desean ver, tanto de los 259 estudiantes, como de los 150 docentes encuestados se obtuvieron los siguientes resultados: el 57,2% y el 51,3% sugieren programas de Variedades, el 47,7% de estudiantes y en contraste el 92,7% de docentes sugieren que debe haber programas relacionados con la Comunidad Universitaria, un 35% y 42% sugirieron el tema de Noticias y Deporte, sobre si les gustaría ver Información Musical en el canal se obtuvo un 32,1% y 21,3 de estudiantes y docentes respectivamente, por último el 41,6% y el 53,3% sugieren información sobre Colectivo Social.

Sobre la identidad que el canal online debe tener, se obtuvo que en un 75,2% prefieren que el canal tenga Identidad UDA, frente a un 9,8% que mencionó identidad Local, el 8,1% con identidad Nacional, y solo el 6,9% sugieren una identidad Extranjera.

Figura 10

Información que vería en el canal.



Fuente: Elaboración propia

Del total de personas estudiadas, llegamos a los siguientes resultados: un 53,7% para alumnos, así como el 26% para docentes, fueron quienes escogieron que el horario de transmisión preferido es de 12 horas (mañana y tarde), seguidos de 24,8% que sugieren un horario de transmisión de 6 horas (preferencia en la mañana), y el 21,5% sugieren un horario de transmisión de 24 horas (mañana, tarde, noche). Dentro de la encuesta dirigida hacia los docentes se incluyó una opción más que obtuvo un 29,3% del total de encuestados, los cuales optaron por un horario

de 18 horas de transmisión.

Se puede concluir que, del total de personas estudiadas, el 61.0% SI participaría en la producción del canal online, y un 39.0% refieren que NO participarían en la producción del canal online.

En cuanto a los docentes involucrados en la encuesta, se obtuvo que del 100% de encuestados, el 78% indicaron que SI consideran un canal como herramienta indispensable frente a un 22% que dijeron NO. Según la pregunta ¿Le gustaría conocer actividades universitarias por este canal?, el 8%(N=12) indicaron que NO les gustaría conocer actividades universitarias por este canal, frente a un 92% que dieron una respuesta afirmativa. Se obtuvo también que el 99,3% indicó que SI están de acuerdo en que los alumnos sean quienes produzcan los programas.

El 100% de los encuestados manifestaron que SI colaborarían en la producción de contenido para el canal. Además que el 94,7% indicaron que SI aportarían con sus conocimientos en la producción de clases pregrabadas para el canal. Así como también el 81,3% indicaron que SI quieren que exista un enlace al canal dentro de la página web de la Universidad del Azuay.

CAPITULO V

La televisión por internet es una especie de televisión a la carta, en la cual el espectador puede seleccionar el programa que quiere ver y el momento en el que quiere hacerlo.

La Universidad del Azuay siguiendo los principios de la búsqueda de la grandeza, debe aprovechar el adelanto tecnológico para así hacerse de una herramienta tecnológica de enorme potencial divulgativo, con innovación, experimentación, pudiendo ser un espacio de intercambio y sinergias educativas y formativas, haciendo lo que no hacen los medios de comunicación generales; esto es construir un público propio, garantizar la sostenibilidad, y convertirla en espacio de creación e innovación científica y académica a través del uso correcto de una buena comunicación y difusión de información cercana a nuestro entorno.

Contar con la experiencia de los canales universitarios ya existentes, pero ser reflejo original y creativo de la idiosincrasia de nuestra comunidad universitaria. Por esta razón se ha desarrollado esta propuesta, basada en los resultados obtenidos de la investigación realizada y expuesta, con el fin de sentar bases para que la universidad pueda considerar estar a la vanguardia sumando un medio propio que sirva para todos.

5. PROPUESTA

La propuesta consiste en desarrollar un canal que se convierta en una alternativa real de televisión para estudiantes, docentes y por qué no para la sociedad cuencana, mediante una oferta de programación coherente con la concepción de espacio audiovisual. Se busca una aproximación a la televisión como una puerta abierta, a través de la cual el televidente pueda aprender al mismo tiempo que se entretiene y disfruta; una puerta que conduzca a descubrir nuestra universidad, nuestro entorno sociocultural y del mundo en el que vive. Una televisión que transforme la percepción que tienen los ciudadanos sobre la televisión educativa y que encuentre la manera de promulgar conocimiento mediante un relato visible a través de audio y video.

La producción de televisión, en cualquiera de sus géneros y modalidades, es un trabajo que ineludiblemente se debe realizar en equipo. Las características tecnológicas y narrativas del medio así lo exigen, debido a esto existen diferentes áreas encargadas de organizar y planear los

diversos cargos y funciones que desempeñan quienes integran el *staff* de una producción. Guionistas, conductores, camarógrafos, iluminadores, jefes de piso, directores de cámaras, por citar sólo algunos, son parte de ese gran grupo que forman parte de la producción en televisión. En la medida de lo posible no se debe prescindir del trabajo de ninguno de ellos.

Esta propuesta se ha construido a partir de la información levantada en los estudiantes y considerando los ejemplos de televisión universitaria analizados. En lo que corresponde a la implementación del canal de televisión dentro de la Universidad del Azuay se presentan tres ejes principales que servirán como catapulta para el desarrollo de la misma, estos ejes son: Educativo, Vinculación/Investigación y Pedagógico/Experimental.

Eje Educativo. – Está enfocado principalmente en la producción de contenido audiovisual orientado netamente a lo educativo, para esto se deberá contar con el apoyo de docentes y estudiantes, los cuales serán los encargados de desarrollar proyectos que puedan ser llevados a la pantalla chica, adecuados según la oferta académica que promulga la universidad. El trabajo debe realizarse en conjunto con los departamentos de Educación Continua y de Universidad Abierta, ya que se deberán desarrollar programas en los que se involucren clases pregrabadas o en vivo, difusión de módulos, cursos, talleres y demás contenido que esté enfocado en procesos educativos tanto de los propios estudiantes de la universidad, así como también del público en general.

Eje de Vinculación/Investigación. – Pensando en la interrelación que la Universidad del Azuay debe generar con la sociedad, dentro de este eje se debe exponer a manera de documentales cortos los proyectos sociales que la universidad realiza en comunidades aledañas, se deben documentar todos los proyectos científicos y experimentales que realicen estudiantes y docentes, así como también realizar programas que involucren las actividades académicas y sociales que tengan desarrollo en la UDA.

Eje Pedagógico/Experimentación. – Como uno de los objetivos fundamentales del canal, se ha encontrado la necesidad de presentar a los estudiantes en general un espacio que sirva como laboratorio de experimentación, para que así los alumnos de distintas carreras y facultades tengan la posibilidad de presentar y ser los encargados de producir sus propios contenidos, ya sea que estén correlacionados con los ejes anteriormente descritos, o que simplemente sean proyectos con objetivos propios pero siempre ligados a las políticas que presenta el canal.

Este canal universitario se propone como un medio educativo que propicie la convivencia pacífica, y que vitalice la formación de la comunidad, está proyectado a ser un espacio audiovisual que:

- Fortalezca la identidad cultural, la diversidad y la memoria.
- Enriquezca la labor y el saber del personal docente.
- Permita una socialización inclusiva de voces, rostros, temas y opiniones.
- Sirva de apertura para escenarios que expresen la calidad artística.
- Promocione el talento y la participación de la comunidad universitaria en la creación audiovisual.
- Tenga respeto por los espacios de participación de las minorías culturales.
- Desarrolle una estética propia a través de la experimentación y del dominio de las diferentes técnicas televisivas.
- Avale la interacción de lo local, regional, nacional e internacional.
- Sirva como un recurso pedagógico de calidad, coherente, y que facilite un conocimiento propicio.
- Sea un recurso accesible al que lo necesite, con la intención de realzar el nivel académico.

La aplicación y aprovechamiento óptimo que los profesores y alumnos hagan de este invaluable recurso didáctico les será de gran utilidad, con la finalidad de que dichas producciones aporten originalidad y calidad suficientes para insertarse en las televisoras, tanto públicas como privadas; o incluso como productores independientes que sepan aprovechar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación por Internet.

La omnipresencia de las nuevas tecnologías dentro del campo de la información mediática exige una fuerte preparación, a fin de poder ingresar a un campo laboral profesional cada vez más competitivo y exigente en cuanto a las habilidades y conocimientos que se esperan de un profesional de la era digital. El conocimiento sobre cómo funcionan y operan dichos instrumentos tecnológicos con que se hacen los informativos en televisión, constituye un valor agregado, un plus a su formación profesional, lo cual ampliará notablemente sus posibilidades laborales y de éxito dentro este campo.

5. 1 Filosofía Corporativa

Misión: Somos un Canal de Televisión Universitario online, que difunda conocimiento y ciencia generado por la Universidad del Azuay, que conciba nuevos espacios de educación, para lograr que las audiencias tengan acceso a una educación abierta, interactiva, sin costo y con una programación de calidad.

Visión: Llegar a ser un referente de canal educativo a nivel nacional.

Valores:

Compromiso social. - Trabajamos por una sociedad justa, equitativa y participativa, con honestidad, transparencia y rendición social de cuentas.

Calidad académica. - Trabajamos por el mejoramiento continuo, para lograr posicionamiento del canal y la acreditación de nuestro quehacer universitario.

Liderazgo. - Esforzarse por presentar una parrilla de programación completa basados en los principios éticos, generando contenidos eficaces y eficientes.

Políticas:

- Las emisiones se estructurarán en franjas diferenciadas de acuerdo con sus temáticas, horarios, audiencias y objetivos educativos de la Universidad.
- Incorporar como parte de la programación programas que respeten la ética y moral, basados en los valores de la universidad y del canal.
- Mantener una autonomía creativa e independiente con identidad UDA.
- Toda la información que se genere para una producción sea contrastada, debidamente verificada y contextualizada.
- Mantener un espacio abierto a las problemáticas educativas, políticas, económicas y sociales de actualidad; participando de manera proactiva, asidua y crítica con la difusión de los mismos.
- Que el consejo editorial sea integrado por representantes de la academia, del alumnado, y de la comunidad.
- Tener en cuenta la interrelación entre la radio y el canal, para evitar que ambas herramientas solapen sus contenidos, o se conviertan en competencia entre sí.

- Conceder espacios a proyectos de la comunidad universitaria como modelos participativos que mantengan un contenido científico.
- Difundir información de investigación científicas y actividades propias de la UDA.
- Servir como laboratorio de capacitación para mejorar la calidad académica institucional.
- Tener un equipo permanente de profesionales, que trabajen en conjunto con docentes y alumnos en los proyectos presentados para así garantizar un nivel de calidad alto.
- Ser apoyo para propios y ajenos; es decir, mantener una relación cercana con otros canales de televisión universitarios del país para mantener una sociedad de canales.

5. 2 Fases de Implementación

Primera Fase:

En la primera fase de implementación se partirá con una grilla de programación integrada por envíos en vivo de eventos y ceremonias de la universidad mediante *streaming*, además de programas pregrabados, como por ejemplo capsulas interculturales, para después lograr la incorporación y emisión de programas originales generados por alumnos y docentes. Tendrá pequeñas producciones de carácter deportivo, cultural, político, social y académico con su propia impronta.

Estas propuestas podrán complementarse con documentales, películas y ciclos infantiles educativos de canales estatales, audiovisuales digitales disponibles sin *copyright* o producciones independientes.

Segunda Fase:

Con el fin de conseguir una audiencia sólida que de un buen posicionamiento al canal se contará con programas ancla, que no son otra cosa que programas concebidos para abordar y retener audiencias específicas desde un horario permanente. Dentro de estos programas los conductores son parte fundamental, ya que ellos representan el motivo principal de atracción del programa, por lo que deben ser creíbles representando los intereses y lineamientos del canal. Estos programas deben ser de emisión semanal, de producción local, dirigidos a audiencias específicas y que representen propósitos educativos y culturales.

Estos programas tienen como objetivo crear un hábito de consumo de televisión educativa, así como la responsabilidad de definir la identidad y personalidad del canal. Mediante técnicas de

mercadeo que ayuden al posicionamiento del canal se pueden realizar concursos que regalen premios como camisetas, gorras, jarros, esferos, llaveros con el isologo del canal.

5. 3 Parrilla de programación

Para la elaboración y justificación de los ejes principales a seguir para la programación que integre la parrilla se ha tomado en cuenta que esta debe ser una programación de contenidos que afiancen a estudiantes y docentes, que promuevan los valores que promulga la universidad, valores que incentiven la investigación y la sed de conocimiento, de esta forma se puede generar una educación indirecta y mantener información oportuna sobre la vida estudiantil.

La parrilla del canal de televisión estará guiada en un comienzo por estos tres sub-canales principales que poseen una amalgama de temas interrelacionados con los principios de la Universidad del Azuay:

Educativo. - Como parte de la estructura de programación educativa que el canal universitario deberá manejar se encuentra todo lo relacionado a los módulos y cursos que presentan los distintos departamentos encargados de los procesos educativos de la universidad, ya que como lo menciona María Cecilia Vintimilla, quien es coordinadora del departamento de Formación Continua, existe una oferta académica amplia dentro de la universidad que la gran mayoría de estudiantes así como también la ciudadanía desconoce; mencionaba también que existen cursos, avalados por la UDA, tanto teóricos como prácticos que son realizados por las distintas facultades y por empresas externas, y que podrían ser promocionados mediante el canal.

Por otro lado, el Dis. Juan Carlos Lazo, encargado del departamento Universidad Abierta menciona que se debería democratizar la educación, realizando cursos que aporten a estudiantes y a la sociedad; existe un plan para que se integre dentro de la malla curricular clases online. Mencionaba Juan Lazo que la universidad está implementando educación a distancia, reemplazando clases presenciales por ciertas materias cuyas clases podrían ser pregrabadas y tomadas mediante una plataforma en internet.

Vinculación e Investigación. – Este canal será el apoderado del contenido producido a partir de las diferentes investigaciones, proyectos nacionales e internacionales, concursos, publicaciones, etc., en los que estudiantes y profesores de la UDA sean parte, estos contenidos que se realicen tanto por parte de estudiantes como de profesores serán colgados dentro de este

sub-canal, como también parte importante encontramos proyectos de vinculación con la comunidad que la universidad ofrece en distintos sectores rurales y urbanos dentro de la provincia. Dentro de la programación se deben colocar proyectos referidos a los procesos de capacitación no formal que responden a las necesidades de diversos sectores de la sociedad. Para lograr una simbiosis en la producción de programas, estos deberán seguir las políticas de vinculación y tomar en cuenta las diferentes líneas de acción que la universidad presenta dentro de su programa de vinculación, que son: Asistencia Comunitaria, Educación Continua, Servicio de Apoyo a Estructuras Académicas, Difusión y Promoción Cultural, Servicio y Asesoramiento.

Experimentación. – Este canal se enfoca en servir como un espacio para el desarrollo y aprendizaje de los estudiantes de todas las facultades, pero con mayor énfasis en los estudiantes de Comunicación Social, quienes serán encargados de colaborar en las producciones que se presenten a modo de proyecto, siempre siguiendo los lineamientos que se presentan para el canal. Dentro de este espacio se podrán presentar programas que realicen los estudiantes y docentes sobre cualquier tema o ámbito que sean de interés público, manteniendo siempre una responsabilidad social, educativa y cultural.

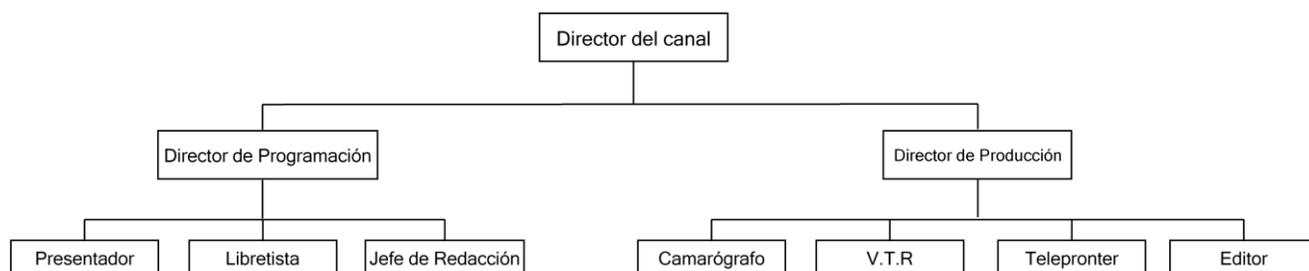
Como parte del desarrollo estudiantil, Juan Lasso menciona que sería beneficioso para la universidad un canal universitario que también funcione como laboratorio de experimentación, así como poseer los instrumentos indicados dentro de un lugar adecuado para este fin, ya que como lo dice Juan en un futuro se podría optar por la introducción de una escuela de producción multimedia con un laboratorio de este tipo.

5. 4 Equipo Humano

Representado en un organigrama funcional se muestra la distribución de la planta de personal que deben conformar el canal, la función de cada uno de los cargos se apreciará a continuación.

Figura 11

Organigrama general del canal.



Fuente: Elaboración propia

5.4.1 Director del Canal

El Director del Canal será la persona encargada de intervenir y representar los intereses del Canal en la relación con los directivos universitarios y demás figuras que trabajen conjuntamente con el canal para beneficio del mismo. El Director del Canal velará por el desarrollo del grupo de programas de acuerdo a la organización de la parrilla de programación por audiencias.

Todos los proyectos deberán pasar primero por la supervisión del Director. Los productores de programas tendrán que desarrollar cada proyecto en estrecha relación con el Director para imprimir en su proyecto el sello de identidad del canal de la universidad.

Perfil

El Director del Canal es un profesional con trayectoria en el campo televisivo, con un grado universitario y estudios de postgrado, debe contar con una experiencia mínima de dos años como director y realizador o productor de televisión y experiencia específica mínima de un año en la realización, producción o dirección de televisión educativa.

Ante todo, es una persona con vocación de liderazgo, con capacidad de manejar tensión y conflicto, es un profesional con experiencia que debe garantizar que los contenidos y la calidad técnica y artística de los programas que se produzcan para el canal correspondan a las exigencias que se plantean para el cumplimiento de los objetivos del canal.

Funciones

Encargado de llevar un seguimiento a los productores y realizadores en el desarrollo de proyectos audiovisuales, para que los contenidos vayan acorde a las políticas e identidad del canal, así como también ligados a los lineamientos específicos de cada programa, para mantener la calidad técnica, artística y estética de las propuestas, debe velar por el cumplimiento de plazos y presupuestos previstos, y sobre todo cumplir con la promesa de comunicar, educar y cautivar audiencias de una manera responsable y objetiva.

Debe tener conocimiento en todas las áreas de la producción, tanto teórica como práctica, por lo tanto, como director debe poseer una pedagogía adecuada para conseguir que el proceso resulte beneficioso para ambas partes. Su tarea consiste en acompañar y asesorar a los productores a lo largo de todo el proceso de producción: investigación, guion y continuidad, producción ejecutiva y montaje, dirección fotográfica y arte, sonido, producción de campo, preproducción. En resumen, el Director del Canal debe conocer todos los detalles del proyecto y ejerce una influencia directa sobre todos los procesos de producción.

Sobre él/ella cae la responsabilidad de garantizar al Canal y a los televidentes una presencia conceptual y audiovisual sobria y de calidad, así como la unidad de estilo de una franja de programación acertada, compuesta de producción interdisciplinaria y de diferentes realizadores.

Plan de Acompañamiento:

Como parte del cumplimiento de sus labores, el Director dialoga con los distintos productores sobre todo el proyecto a producirse, lineamientos conceptuales y metodologías de trabajo del canal. Profundiza en el conocimiento de la propuesta que debe ser expuesta de manera directa por el director del proyecto.

Seguimiento de Funciones:

- Seguimiento de proyectos.
- Participación en los consejos editoriales y en las tomas de decisiones según lo requiera cada proyecto.
- Revisión y análisis de presupuesto.
- Revisión y conocimiento del recurso humano propuesto.
- Análisis y sugerencias frente a la estructura propuesta.

- Revisión y aprobación de escaleta o pre guion.
- Revisión y aprobación del plan de producción.
- Revisión y aprobación del guion.
- Revisión y aprobación del guion de edición.
- Revisión y aprobación del producto final.

Relación del Director del Canal y Productor de cada proyecto.

- Coordinar el flujo de información y documentación requerida vinculadas a cualquier programa.
- Garantizar la aplicación de los recursos económicos, técnicos y humanos.
- Cumplir con todas las legislaciones y regulaciones que apliquen según la LOC y la Constitución.
- Trabajar dentro de las políticas editoriales y comerciales del canal.
- El productor debe comprometerse en entregar al Director toda la información referente a formatos y fechas establecidas dentro del plan de producción que se haya acordado previamente.
- Cualquier tipo de incumplimiento con estos parámetros puede llevar, en casos críticos, al rompimiento del contrato.

5.4.2 Director de Producción

Propósito Principal. - Dirigir lo referente a la parte técnica de la programación educativa y cultural del Canal Universitario.

Funciones Esenciales:

- Coordinar necesidades propias de producción.
- Elaboración de cronograma de actividades necesarias para llevar a cabo las producciones, así como también en conjunto con el realizador determinar la necesidad del recurso humano, espacio físico y equipo técnico.

- Supervisar la programación de actividades, horarios y turnos de trabajo del personal, para la emisión de directos, prestación de servicios a terceros y producción propia del canal.
- Proponer sistemas de clasificación, actualización, conservación, revisión y archivo del material de audio y video del canal.
- Demás actividades que le sean asignadas por su inmediato superior y que sean acordes con la naturaleza del cargo.

5.4.3 Director de Programación

Propósito Principal. – Dirigir todo lo referente a la parte conceptual de la programación educativa y cultural del Canal.

Funciones Esenciales:

- Mantener una planificación diaria de las actividades que se realizarán por parte del equipo periodístico de la programación educativa, cultural y documental.
- Tendrá que definir los temas a exponer en la programación educativa, cultural y documental.
- Orientar el enfoque de la programación.
- Orientar al grupo de redacción de la programación.
- Coordinar actividades de reporteros que estén realizando trabajo de campo.
- Dirigir y evaluar el cumplimiento de las funciones de cada persona bajo su cargo.
- Mantener un contacto frecuente con las fuentes de información.
- Representar al canal universitario en eventos de carácter institucional y social.
- Elaborar informes para las autoridades pertinentes involucradas con el canal.
- Elaborar estrategias a largo plazo que incentiven al crecimiento progresivo del canal y de los programas que se transmiten; tomando en cuenta siempre la capacidad periodística, imagen del canal, y arraigo del grupo humano.

5.4.4 Funciones de cada área.

Luego de haber descrito los principales directivos que serán los encargados de velar por el futuro y mantenimiento adecuado del canal, se ha tomado en cuenta tres áreas esenciales que serán las cuales formen parte de los módulos necesarios tanto para registro de información, edición, procesamiento y emisión.

5.4.4.1 Área Administrativa. - Esta área será la encargada de coordinar acciones en conjunto con estudiantes, docentes y directivos de la institución, para implementación de equipos y delimitación de instalaciones para los diferentes campos de esta área. A demás de ser la encargada de realizar la autogestión para obtención de fondos necesarios para mantenimiento y adquisición de materiales y equipos para producción.

5.4.4.2 Área de Producción. – Esta es el área encargada de organizar y mantener listos los equipos que demande la producción según el programa lo amerite, equipos tales como cámaras, ya sea cantidad y tipo necesarias, micrófonos inalámbricos o de cable, trípodes, luces, *dolly* y otros equipos técnicos como recurso humano necesario para la producción del programa descrito en la parrilla. Esta área también es la encargada de llevar un seguimiento a la escaleta o guion de programa que debe ser presentada y analizada con anterioridad a la realización; esto permitirá llevar un mejor orden al momento de la grabación, ya sea de programas en vivo o pregrabados.

5.4.4.3 Área de Postproducción. – Por medio de esta área se garantizará que la edición de video y audio den como resultado un producto de calidad y listo para su posterior entrega y emisión; además de existir programas que los propios estudiantes deberán editar y así poner en manifiesto su creatividad y aprendizajes adquiridos. Se deberá trabajar tanto en producción de diferentes recursos audiovisuales que forman parte de una parrilla completa de programación que incluye comerciales e infografías.

A continuación, se realizó una tabla generalizada que incluyen el salario mínimo amparado en el último acuerdo elaborado por el Ministerio del Trabajo en el año 2018, la cual muestra el equipo humano necesario para manejar un canal de televisión online basado en la parrilla de programación planteada anteriormente.

5. 5 Presupuesto en Equipo Humano

Tabla 2
Cargo y salario mínimo

Cargo/Actividad	Salario Mínimo Sectorial 2014
Director General	547,01
Director de Programación	547,01
Director de Producción	543,71
Asistente	403,70
Técnico de iluminación	400,00
Director de cámaras	406,16
Técnico de Audio	404,93
Maquillaje	400,00
Switcher/Telepronter	403,70
Presentador/Reportero	519,41
Libretista/Redactor	400,00
Operador videoteca	398,53
Total	5.374,16

Fuente: Ministerio del Trabajo, 2017

5. 6 Equipo Técnico

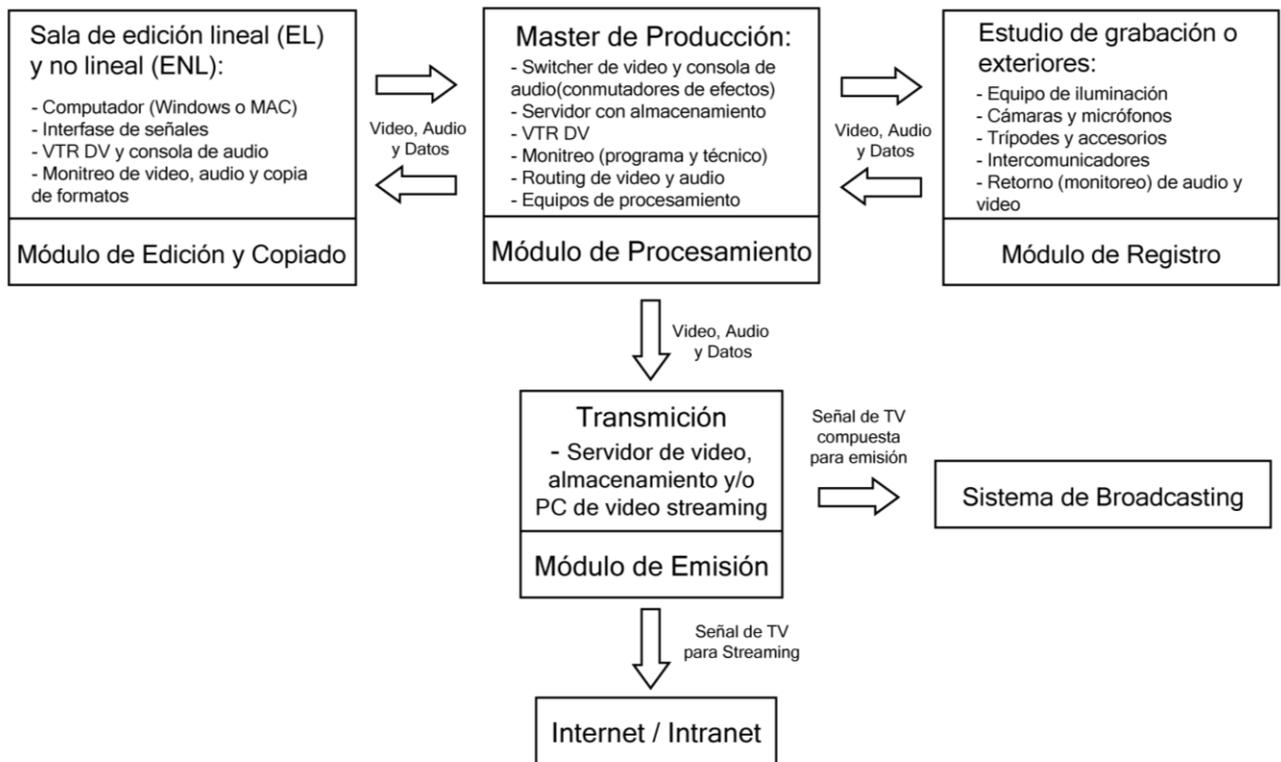
Para un buen funcionamiento y una buena estructura de un programa de televisión se deben tomar en cuenta estas diferentes etapas: Registro, edición y copiado, procesamiento y difusión–aplicación. Para llevar a cabo la implementación cada etapa requiere de equipos y sistemas adecuados que puedan repetirse de una a otra etapa. Es de esta forma como, luego de haber obtenido los resultados de aplicación en materia de recursos humanos y de programación, el siguiente paso es la agrupación de equipos por etapa y, de esta forma llegar a la aplicación del criterio más importante dentro de un canal; La configuración por módulos. Para ser más exactos, un módulo es nada más que un instrumento que define un sistema de audio y video.

Pues bien, en cuanto a los sistemas que se instalen se debe tener en cuenta la capacidad de multitarea de los mismos, con la finalidad de que se pueda desarrollar más de una etapa, e

incluso de forma simultánea. Por medio de un esquema se representará el diagrama general de la configuración por módulos que se plantea para la instalación del canal universitario de la UDA. Los módulos se denominan: Módulo de Registro(MR), Módulo de Edición y Copiado (MEC), Módulo de Procesamiento (MP), y Módulo de Emisión (ME) o también llamado de Difusión (MD).

Figura 12

Organigrama general del canal.



Fuente: Elaboración propia

Módulo de Registro (MR)

El estudio de televisión debe conformarse por: Equipos de producción en estudio (cámaras y sus controles, micrófonos, monitores, trípodes y accesorios), equipos de control de estudio (control de cámaras, *switcher* o conmutador de efectos para video, retorno para monitoreo de video y audio, consola de mezclas de audio, sistema de intercomunicación y accesorios) y equipos de iluminación de estudio.

Módulo de Edición y Copiado (MEC)

(Sistema de Edición Lineal y/o Edición No Lineal), conformado en cada cubículo por: Computador (PC para Windows o Apple MAC), interface para tratamiento de señales y/o tarjetas digitalizadoras de señales análogas de video y audio, VTR, consola de audio para mezclas de sonidos de diferentes fuentes, monitoreo de video y audio, y equipos para copia de diversos formatos (discos duros de alta capacidad).

Módulo de Procesamiento (MP)

(Control técnico del Master), conformado por: Conmutadores de efectos de video (*switcher*) y audio (consola de audio), equipos para medición y monitoreo de programa y monitoreo técnico, generadores de sincronismos, equipos para tratamiento y distribución de señales, enrutadores de señales de video y audio (matrices de conmutación), reproductores y grabadores de video y audio en cinta magnética, discos duros o DVD, sistemas de almacenamiento interno a nivel de servidores.

Módulo de Emisión (ME)

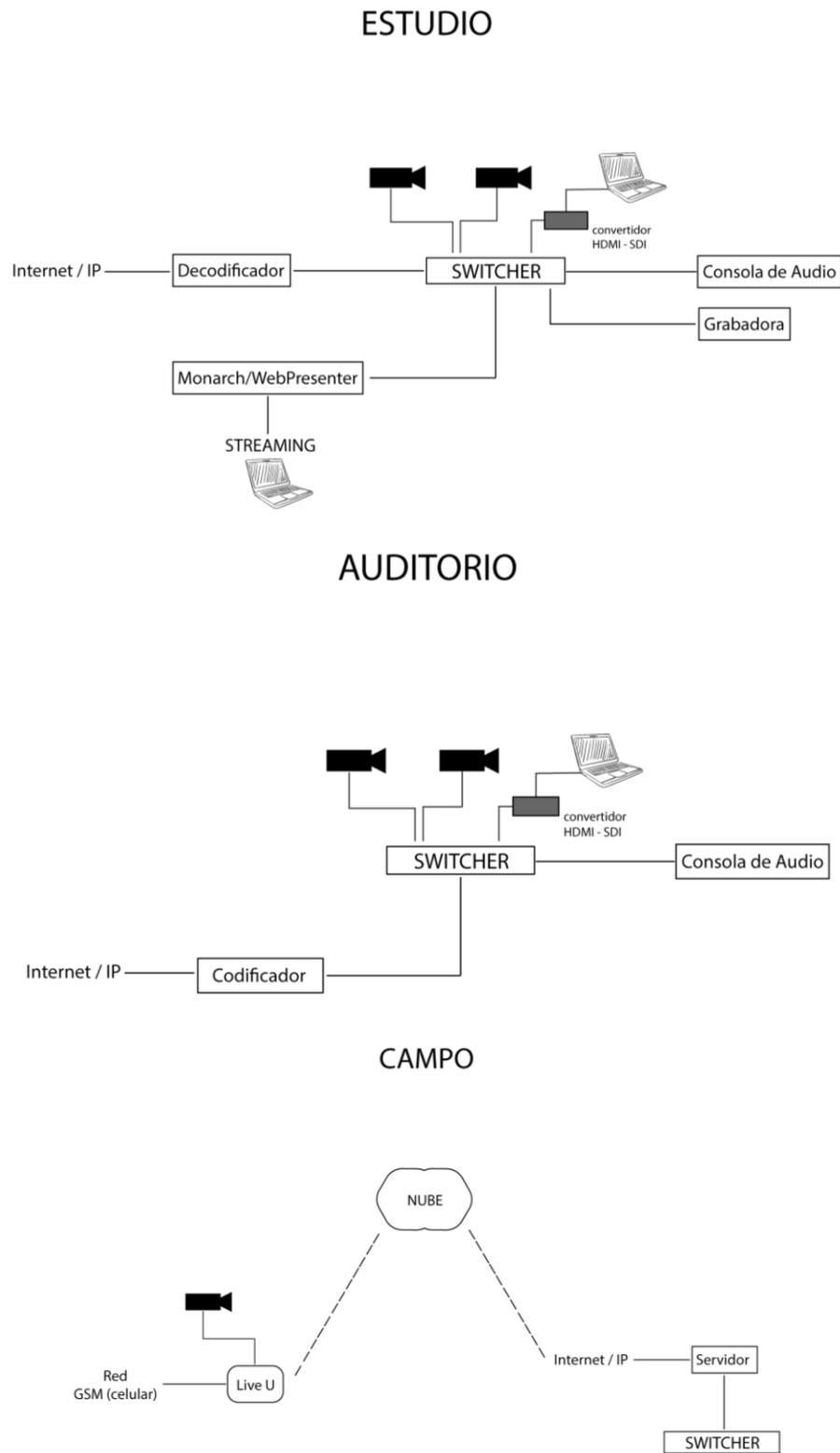
El sistema de transmisión está conformado por: Todo el sistema de *broadcast* de principio a fin que permite la transmisión de la señal compuesta de televisión, en el caso de tratarse de una emisión de señales de propagación radial; o todo el sistema de almacenamiento, el servidor de video y/o PC de video *streaming* para el caso de la señal a ser emitida vía Internet o intranet (emisión pública o privada respectivamente), y todos los equipos y sistemas asociados.

El *streaming* es la distribución de contenidos multimedia a través de una red de computadores los cuales proyectan y descargan la señal al mismo tiempo; es decir, que se pueden observar los contenidos emitidos por el servidor. Se puede ver y/o escuchar los contenidos mientras que el flujo de información (corriente de datos) o (*stream*) sigue llegando de manera ininterrumpida al cliente.

Ahora se presenta un esquema ilustrado de cómo se debería llevar a cabo la instalación para realizar las transmisiones desde el estudio principal del canal, así como de las diferentes áreas de la universidad, en este caso, el Auditorio central y un esquema de cómo se realizarían transmisiones desde el campo.

Figura 13

Modelos de conexión para transmisión en streaming.



Fuente: Elaboración propia.

5. 7 Características y posibilidades técnico-operativas de la Universidad del Azuay frente a la propuesta planteada:

- **Capacidad:** Estudio de gama media, para empleo de tres cámaras y varios micrófonos, ENL y emisión por *streaming* mediante un servidor de paga.
- **Calidad Operativa:** Se maneja la Norma Internacional NTSC profesional; video: 525 líneas, 30 cuadros por segundo, cámaras digitales, audio monofónico o estéreo.
- **Tiempo de Operación:** Inicialmente se plantea un horario diario de 12 a 18 horas de programación, ampliable hasta 24 horas posibles según el modelo a utilizar.
- **Funciones:** Registro de audio y video dentro del estudio, ENL con efectos y emisión de programas en directo y diferido.
- **Interoperabilidad:** Debe existir una operación simultanea entre los diferentes módulos. El módulo de procesamiento es el único inherente a los demás.
- **Compatibilidad:** Los sistemas a utilizarse deben tener software y hardware compatible con
 - cualquier sistema de norma NTSC y con los sistemas de transmisión de distintos canales de televisión tanto para emisión abierta como virtual.
- **Operación:** Netamente manual, desde el sitio de instalación de los equipos. En un futuro se podrían automatizar ciertas funciones, para facilitar el trabajo.
- **Personal técnico:** En la medida de lo posible es necesario contar con dos técnicos, un auxiliar técnico y un ingeniero eléctrico, de sistemas, o telecomunicaciones.

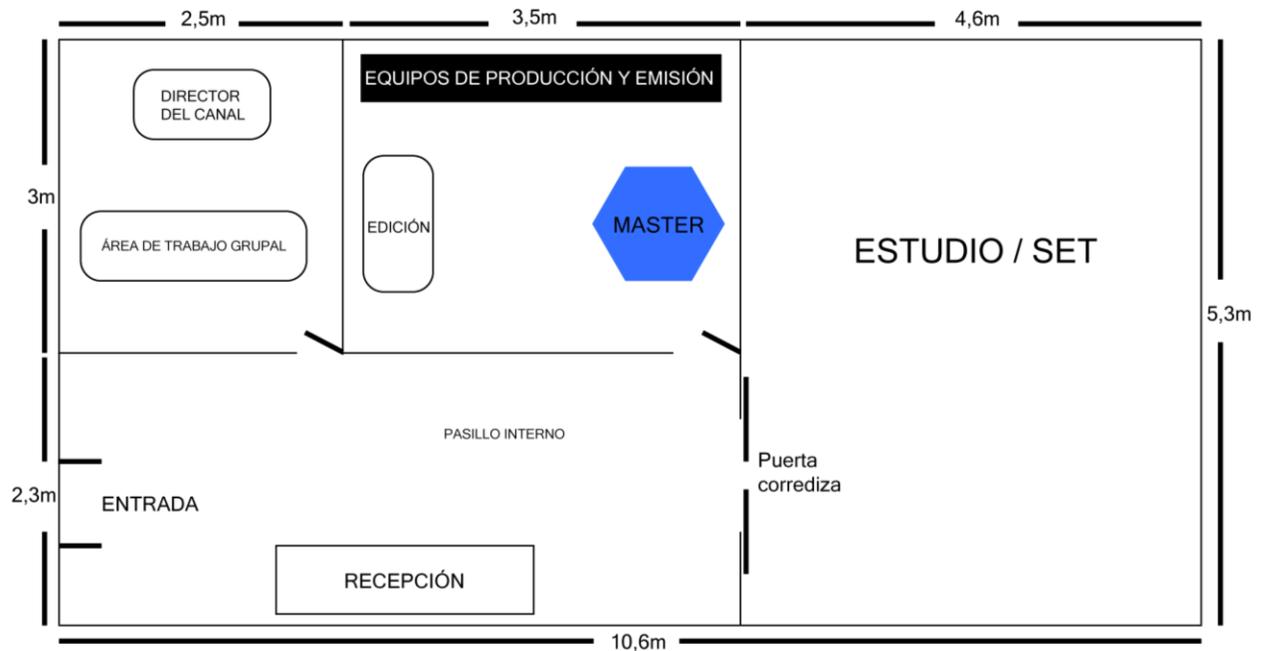
5. 8 Tamaño de áreas iniciales para instalación de infraestructura

Para el diseño planteado se ha tomado en cuenta el espacio físico de la Universidad del Azuay y su posible plan de renovación tecnológica que el Arq. Fernando Córdova ha sabido manifestar, el Arquitecto menciona también que al presentar el proyecto se analizaría la factibilidad de construcción del canal dentro de las instalaciones.

Dimensión del estudio de registro: 4.6 m x 5.3 m (24,38 m²), dimensión del Master y sala de edición: 3 m x 3,5 m (10,5 m²), y dimensión de oficinas de trabajo: 2,5 m x 3 m (7,5 m²). Esto basado en un sistema básico de infraestructura de un canal online que como mínimo debe contar con un área cuadrada de alrededor de 60 metros.

Figura 14

Modelos de conexión para transmisión en streaming.



Fuente: Elaboración propia en base a modelos de estudio estándar.

Para la realización de este diseño se ha tomado en cuenta el conjunto de implementos tecnológicos necesarios y de normas estándar para estaciones de televisión de bajo alcance, pero de alta calidad y de fabricantes diversos, los cuales se especificarán más adelante.

Como una breve descripción del diseño planteado, se puede decir con base en el diagrama general presentado que MR, MEC y MP interactúan entre sí, con señales de audio, video y datos donde el bloque principal es MP, que equivale al corazón del canal virtual, para finalmente hacer entrega del producto terminado al ME.

De forma resumida se expresarán las necesidades de cada módulo según su operatividad en el medio:

En MEC se debe tener un computador destinado a la edición, que cuente con un procesador de alta velocidad, una tarjeta de video de última generación y de cualquiera de los sistemas operativos destinados a ello disponibles en el mercado, ya sea Windows o Macintosh, a esto se le debe adicionar los software y hardware apropiados para la edición de audio y video, en este

caso como es de conocimiento de los estudiantes de la carrera de Comunicación, se optaría por el paquete de Adobe, Premiere, Audition, e Ilustrador.

En el MR, que incluye el set de televisión completo, es en el cual se van a capturar las imágenes a través de la utilización de cámaras de video que cuenten con tecnología 3CCD y manteniendo siempre una iluminación adecuada para lograr el mejor producto.

Esta iluminación adecuada se puede conseguir con luces que brinden alrededor de 3.200 kelvin, ya sean luces frías o halógenas.

El registro de audio se obtiene a partir de micrófonos de solapa y/o micrófonos de mano (dinámicos) de acuerdo con las necesidades de cada una de las producciones.

En los módulos de procesamiento y emisión se tiene la tarea de procesar y transmitir las señales hacia la red de emisión.

Es así como para el diseño del ME que representa la fase de transmisión de datos por la red, se ha considerado la utilización de un servidor de video externo, y un equipo de cómputo de video *streaming* que deben interactuar y complementarse.

El utilizar un servidor de video es de vital importancia ya que nos permite mantener una autonomía alta en número de horas de transmisión del canal virtual, esto se vuelve indispensable puesto que, al ser un canal por internet, significa que en cualquier momento y desde cualquier parte del mundo existen usuarios potenciales que pueden ingresar y ver la televisión por internet, teniendo en cuenta que el contenido planteado presenta una programación de interés en diversos campos de la investigación, de entretenimiento y en la gestión del conocimiento.

Como parte fundamental del diseño, se destaca que todas las señales de audio y video deben ser direccionadas a través de una matriz de conmutación o *routing* (panel de conexiones) de operación manual en el diseño básico, contándose por lo menos con una para video y una para audio, de tal manera que se brinde flexibilidad, funcionalidad y facilidad de operación a todo el sistema.

Así como también de un sistema de *Firewire* con su cableado respectivo, que servirá para la transmisión de datos desde exteriores; estos modelos requieren de un análisis y exposición mucho más amplio, lo que no alcanza a ser presentado en este proyecto; este análisis deberá ser tomado en cuenta según preferencias que apliquen al caso específico del canal universitario, con la finalidad de proyectar su crecimiento a mediano y largo plazo.

Es así como todos los módulos pueden interactuar e interconectarse recibiendo y emitiendo las señales, tal como se necesita para el funcionamiento práctico de cualquier canal de televisión abierta o virtual y específicamente en este caso para el funcionamiento del canal de la UDA.

5.9 Listado general de equipos del diseño propuesto para la UDA

Los ítems y valores presentados a continuación han sido obtenidos de la página web B&H Photo – Video – Pro Audio, en el presente año, se ha hecho una comparación entre otros distribuidores y se han escogido las marcas y utensilios más acertados para el inicio de operaciones del canal; los precios de ciertos utensilios deberán ser analizados con mayor minuciosidad, ya que estos podrían variar según la calidad de material y equipos a comprarse, que deberán ser analizados por los directivos de la Universidad.

Tabla 3

MÓDULO DE REGISTRO				
Cantidad	Descripción	Marca	Valor unitario	Valor Total
1	JVC GY-HM890U ProHD Compact Shoulder Mount Camera with Fujinon 20x Lens	JVC	\$9,495.00	\$9.495,00
2	JVC GY-HM620 ProHD Mobile News Camera	JVC	\$2,399.00	\$4.798,00
2	E-Image Two-Stage Aluminum Tripod with EH60 Head & Tripod Dolly Kit (75mm)	E-IMAGE	\$374.95	\$749,90
1	Manfrotto 504HD Fluid Head & MVT535AQ Aluminum Video Tripod Kit	MANFROTTO	\$599.00	\$599,00
1	Lowel DV Creator 55 Kit with TO-83 Case	LOWEL	\$1,179.88	\$1.179,88
1	MagiCue Studio 17" Prompter with Pro Software Kit with Hard Case	MAGICUE	\$599.00	\$599,00
1	Shure BLX288/PG58 Dual-Transmitter Handheld Wireless System with 2 PG58 Mics (J10: 584 - 608 MHz)	SHURE	\$549.00	\$549,00
2	Senal OLM-2 Lavalier Microphone with 3.5mm Connector for Sennheiser ew & Senal AWS-2000 Series	SENAL	\$109.95	\$109,95
1	Impact Background System Kit with 10x12' Black, White, Chroma Green Muslins	IMPACT	\$218.80	\$218,80
				\$18.298,53

Tabla 4

MÓDULO DE EDICIÓN, PROCESAMIENTO Y EMISIÓN				
Cantidad	Descripción	Marca	Valor unitario	Valor Total
1	LiveU Solo HDMI Video/Audio Encoder	LiveU	\$995,00	\$995,00
2	Blackmagic Microconverter SDI to HDMI with power supply	BLACKMAGIC	\$55,00	\$110,00
1	AJA HELO H.264 Streamer & Recorder	AJA HELO	\$1.295,00	\$1.295,00
1	Sala de edición ENL (No Lineal) / PC (WINDOWS) + Tarjeta Gráfica Matrox C680 PCIe x16 Graphics Card	MATROX	\$599,99	\$599,99
1	Sony Professional HVRM15U HDV Record/Playback Deck	SONY	\$598,00	\$598,00
1	Blackmagic Design ATEM Television Studio Pro HD Live Production Switcher	BLACKMAGIC	\$2.295,00	\$2.295,00
1	Mackie ProFX12v2 12-Channel Sound Reinforcement Mixer with Built-In FX	MACKIE	\$249,99	\$249,99
2	Eartec UPMX4GS1 UltraPAK Intercom System with Max 4G Single Headset (USA)	EARTEC	\$245,00	\$490,00
				\$6.632,98

Tabla 5

ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS Y ACCESORIOS				
Cantidad	Descripción	Marca	Valor unitario	Valor Total
1	Muebles para master		\$200,00	\$200,00
1	Muebles para Sala de Edición		\$200,00	\$200,00
1	Accesorios y cables de extensión eléctrica, cables de audio y video para uso externo, multitomas eléctricos, herramientas e insumos.		\$300,00	\$300,00
1	Software para Sala de Edición No Lineal (PAQUETE ADOBE)			\$899,00
	Material de oficina		\$200,00	\$200,00
4	Televisores LCD 16"	LG	\$80,00	\$300,00
				\$2.099,00

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES

El rol que la televisión desempeña hoy en día, sea convencional o digital, debe estar enfocada en comprender a sus audiencias como complejos sectores humanos que acarrearán múltiples problemáticas educativas, laborales, económicas, étnicas, lingüísticas, políticas y sociales. Es decir, estos sectores y temas deben ser abordados en distintas fases de interrelación que aporten a su desarrollo multidisciplinario, y no solo tomarlos como simples receptores pasivos de información.

Debe existir una vinculación continua entre las instancias académicas que conforman las diferentes facultades que la universidad posee, para ponderar áreas de investigación y conocimientos base que sirvan como primer paso para el proceso de implementación de un canal universitario. Primeramente, se debe preparar a los estudiantes sobre fundamentos y conceptos de producción técnica e ingeniería.

En base a la literatura revisada, así como también de los sistemas de educación basados en módulos educativos que se transmiten de manera virtual dentro de las universidades a nivel nacional que poseen un medio digital, se ha llegado a la conclusión de que un medio de esta índole sirve tanto a la comunidad universitaria como al colectivo, y es en base a esta investigación que se ha logrado desarrollar una propuesta que vaya acorde a los parámetros y lineamientos que la Universidad presenta.

Llevar a cabo la implementación de la propuesta de canal de televisión online en la Universidad del Azuay crea un factor diferenciador ante distintos proyectos similares, y tiene que ver con la tendencia a ser un medio de comunicación eficaz que promulgue los procesos y resultados de investigación, vinculación y experimentación, siempre en contacto con la gestión del conocimiento por parte de la academia.

Existen universidades en el país que poseen un medio propio, lo que ha hecho que las mismas promulguen una educación actualizada, interactiva, aprovechando las nuevas tecnologías y sistemas de educación actual. Dentro de la UDA existen departamentos encargados de realizar módulos y cursos que se ofertan por medio de la página web. Con el fin de potenciar dichos

talleres, la implementación de un canal de televisión online serviría como medio para ofertarlos, tomando como referencia el modelo que actualmente utilizan otras universidades mediante su programación.

Dentro de la propuesta planteada se presenta como opción a los departamentos de Educación Continua y Universidad Abierta para que estos sean los encargados de crear contenido que vaya acorde a las políticas que el medio universitario presente, teniendo en cuenta que este canal va enfocado a los estudiantes y a la comunidad.

Al analizar las preferencias de programación que se obtuvieron mediante la recolección de datos sobre las inclinaciones que los estudiantes tenían a cerca de la implementación de un medio universitario, se llegaron a determinar ciertos intereses y se pudo segmentar de una mejor forma el tipo de programación y contenido que se debería difundir. De igual manera, las entrevistas que se realizaron a directivos y encargados de los departamentos ya mencionados, como de otras instituciones se ha obtenido como conclusión que debe existir una simbiosis entre lo académico, lo social y lo experimental.

Luego del análisis de resultados y de datos obtenidos en la fase de recolección, se han planteado tres ejes, los mismos que sirvan como principios o lineamientos base durante la primera fase de implementación del medio. Tenemos por lo tanto un eje educativo, un eje de vinculación e investigación y un eje pedagógico o de experimentación.

El eje educativo está basado en la producción de cursos que puedan ser tomados mediante clases en línea, esto conlleva a que tanto docentes como estudiantes mantengan una interrelación, para de esta forma poder preparar distintas clases que se puedan presentar a manera de módulos sencillos con tutorías pregrabadas y que formen parte de la malla curricular de cada facultad. El eje de vinculación, por otro lado, debe enfocarse en utilizar este medio como instrumento social que promueva la colaboración ciudadana para batir necesidades de la población en riesgo de exclusión, mediante una formación integral universitaria para no ser indiferentes en nuestro actuar. Que de esta forma los estudiantes de la UDA tengan compromiso social y se vinculen con la comunidad, hoy como universitarios y mañana como profesionales en los distintos ámbitos laborales que contribuyan al bien común y la justicia social.

El eje pedagógico, a su vez, trata de promover en los estudiantes una forma de aprendizaje mediante la instrucción práctica, utilizando de manera adecuada el canal para formar a estudiantes en lo que concierne al campo laboral dentro de un medio audiovisual, es decir, que este medio puede servir como laboratorio de experimentación para enriquecer el aprendizaje de todos quienes conforman la comunidad estudiantil.

Basados en estos tres ejes el canal de televisión online podría producir una programación que vaya acorde a los criterios que cada eje presenta, enfocados en el cumplimiento de las políticas y valores institucionales como también en la responsabilidad que como medio universitario se debe velar por mantener.

La implementación de la propuesta y posterior funcionamiento del canal puede darse por etapas, por lo cual se ha considerado una primera inversión en el corto plazo, en equipos y accesorios mínimos que permitirán la puesta en operación y funcionamiento básico que permitan cumplir con la programación y producción que se espera para los primeros meses de actividad.

Todos los elementos se mencionaron en el listado general de equipos. Con respecto a lo anterior es prudente que, junto con la adquisición de este equipo, se trabaje en la adecuación del espacio físico idóneo para operaciones del canal virtual. Esta plataforma tecnológica que se construirá, serán los cimientos base para el desarrollo integral del canal universitario.

Según el estudio realizado y la propuesta correspondiente, se puede concluir que el proyecto de implementación del canal de televisión online para la Universidad del Azuay es factible desarrollar, ya que la universidad posee la tecnología adecuada y la infraestructura, además de ser una inversión reducida que bordea los 27.000 dólares, los beneficios que se lograrán con el canal son múltiples, tanto para la institución como para el colectivo.

El Ing. Fernando Balarezo, encargado del departamento de telecomunicaciones, Santiago Carranco, ingeniero del IERSE, y el Arq. Fernando Córdova, encargado del departamento de infraestructura, mencionan que la universidad posee el equipamiento necesario y la tecnología adecuada tanto en ancho de banda (internet), así como también del espacio físico que se puede evaluar para que en la universidad se lleve a cabo un proyecto de esta índole.

Existe una necesidad que ha sido planteada por el departamento Universidad Abierta, y su encargado Dis. Juan Lazo; quienes han desarrollado un proyecto específico que trata sobre la implementación de clases que puedan ser tomadas de manera virtual, y como parte de este proyecto han solicitado la creación de un set de grabación que ayude a este fin, el cual estaría ligado a la creación del canal universitario debido al tipo de contenidos que se generarían.

Es prudente mencionar que más que un lujo, tener un canal propio se ha convertido en un recurso educativo necesario para una educación multiplataforma de calidad basado en las tendencias tecnológicas actuales.

6. 1 RECOMENDACIONES

Siendo la televisión un medio de comunicación de masas, la televisión virtual se convierte en una televisión bajo demanda y a la carta. Por eso se recomienda definir:

- Diseño e imagen en el que la UDA se desea posicionar, prioridades y objetivos como institución; al producir una programación equilibrada que atienda las diversas áreas de la universidad y que fomente la participación de toda la comunidad académica, mediante la experimentación e innovación de formatos y contenidos que demuestren que la UDA desea formar parte de las instituciones que realizan una comunicación distinta.
- La política de renovación de programación, producción y tecnología. Que sirvan como cimientos para que el canal no se quede estancado y de esta forma se mantenga siempre a la vanguardia tanto en tecnología como en procesos educativos futuros.
- Un plan de desarrollo estratégico que evalúe con cierta periodicidad los procesos de ejecución y desarrollo del canal, así como a los integrantes de los diferentes módulos que este posea.

Se debe tener una interrelación con RADIOUDA como apoyo para la iniciación del proyecto planteado. Además de brindar un servicio conjunto a la comunidad mediante una diferente gama de prestaciones para realización de ciertos productos de audio y video, que la universidad considere pertinente, los mismos que podrán ser consultados en la página web.

Llegar a crear un espacio en un contexto profesional actuando como complemento de laboratorio y capacitación, en donde los estudiantes puedan aprender con la práctica; como por ejemplo con los alumnos de la escuela de Comunicación Social, quienes podrían realizar sus prácticas y conocer cómo desempeñar actividades dentro de un medio en un mundo laboral que cada día es más exigente con los nuevos profesionales.

BIBLIOGRAFÍA

- Alfaro, U. L. (2004). *Manavision*. Obtenido de AlfaroTv: <http://departamentos.ulead.edu.ec/alfarotv/datos-generales/historia/>
- Álvarez, M. (2003). Un canal educativo para la enseñanza universitaria a distancia. *Comunicar*(21), 159-162. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/158/15802125.pdf>
- Beneitone, P., Esquetini, C., González, J., Marty, M., Siufi, G., & Wagenaar, R. (Edits.). (2007). *Reflexiones y perspectivas de la educación superior en América Latina*. Bilbao: RGM - Universidad Deusto. Obtenido de http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com_docman&task=download&bid=54
- CES. (2017). *Reglamento de Régimen Académico*. Recuperado el mayo de 2017, de Consejo de Educación Superior: http://www.ces.gob.ec/index.php?option=com_phocadownload&view=category&id=12&Itemid=496
- Cimadevilla, G. -C. (2006). *Comunicación, tecnología y desarrollo*. Obtenido de saber.ucab.edu.ve: <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/32448>
- CORDICOM. (24 de diciembre de 2013). *Consejo de regulación y desarrollo de la información y comunicación*. Obtenido de CORDICOM: <http://www.cordicom.gob.ec>
- Coslado, Á. B. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo. *Foro de Educación*(14), 157-175.
- Delgado, M., & Quijada Fernández, D. (2007). IPTV: estructura de mercado y tipología de la oferta en España. (22), 413-428.
- FCC. (2013). *Federal Communications Comision*. Obtenido de <https://www.fcc.gov>
- Guerrero, C. F. (2009). *Al aire web^a: tu la creas, tu la programas, tu la escuchas-radio en internet sistematización de una experiencia comunicativa*. Obtenido de Repositorio de la

Pontificia Universidad Javeriana:
<http://hdl.handle.net/10554/5238>

Humanes, M. L., & Ruiz, I. (2014). Hábitos y consumos televisivos de la generación digital desde la perspectiva de usos y gratificaciones. Estudio del caso en la Universidad Rey Juan Carlos. *Revista Mediterranea de Comunicación*, 138-144.

INEC. (2017). *Estadísticas*. Recuperado el mayo de 2017, de Ecuador en cifras:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>

Kaplún, M. (1998). Una pedagogía de la comunicación . En M. Kaplún, *Una pedagogía de la comunicación* (págs. 51-53). Madrid: Ediciones de la Torre.

Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la información. (s.f.). *Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la información*. Recuperado el 27 de Marzo de 2017, de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/television-digital-terrestre-en-el-ecuador/>

Ministerio del Trabajo. (2018). Salarios minimos unificados. Ecuador. Obtenido de <https://drive.google.com/file/d/1H6jmhI9sUPLKn1KxCvVrNFzzcqgOLO78/preview>

Newlands, C. (s.f.). *INTERNET – Estructura y Funcionamiento*. Recuperado el 27 de marzo de 2017, de *INTERNET – Estructura y Funcionamiento*: <https://colegionewlands.wikispaces.com/file/view/Internet++Estructura+y+Funcionamiento.pdf>

Pérez Tornero, J. M. (1994). *Universidad Católica Andrés Bello*. Obtenido de saber.ucab.edu.ve: <http://saber.ucab.edu.ve/handle/123456789/33366>

Pérez, E. G. (2011). El ecosistema multiplataforma de los grupos televisivos españoles: los formatos de entretenimiento. *Comunicación y Hombre: Revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación*(7), 85-103.

- Prieto, R. A. (2011). YouTube como paradigma del video y la televisión en la web 2.0. Madrid, España. Recuperado el marzo de 2017, de <http://eprints.ucm.es/16111/1/T33817.pdf>
- RAMÍREZ, J. M. (2007). TELEVISIÓN Y VIOLENCIA. *REVISTA LATINOAMERICANA DE PSICOLOGÍA*, 39(2).
Obtenido de http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?pid=S0120-05342007000200009&script=sci_arttext&tlng=en
- Ramonet, I. (julio de 2011). La explosión del periodismo: Internet pone en jaque a los medios tradicionales. *La explosión del periodismo*, 11-56. (B. Moreno-Luque, Trad.) Buenos Aires: Capin. Recuperado el agosto de 2017, de http://www.felsemiotica.org/site/wp-content/uploads/2014/10/ramonet_explosion_del_periodismo.pdf
- Ramos, I. (Mayo de 2013). Trayectoras de democratización y desdemocratización de la comunicación en Ecuador. *ÍCONOS Revista de Ciencias Sociales*(46), 67-82.
- Registro Oficial. (25 de junio de 2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Obtenido de Registro Oficial No. 22.
- Revista de Curriculum y Formación. (2011). Profesorado. *Revista de Curriculum y Formación del profesor*, 15(1). Obtenido de www.urg.es/recfpro/rev151col4.pdf
- Rodriguez, C. (01 de 01 de 2010). Televisión en Internet. *Icono. Revista de Comunicación y Nuevas Tecnologías*, 8(1), 114-132. doi:<https://doi.org/10.7195/ri14.v8i1.284>
- Sarango Torres, W. M., & Villazhañay Molina, X. A. (2013). *La banda ancha en el Ecuador, su desarrollo y las expectativas de crecimiento hacia el futuro*. Universidad Politecnica Salesiana, Cuenca. Obtenido de Tesis de Maestría: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5079/1/UPS-CT002685.pdf>

Trámpuz, J. P., Delgado, D. F., & Moreira, A. R. (2016). La televisión universitaria en la formación de los estudiantes de comunicación: un estudio de caso sobre el aporte de Alfaro Tv (Ecuador). En D. & Barredo, *Reflexiones desde la comunicación y la cultura: medios, identidades, formación*, (págs. 21-40).

UTE, D. G. (2012). La Televisión Digital Terrestre en el Ecuador. *Revista EíDOS*(5), 12-19. Obtenido de <http://123userdocs.s3.amazonaws.com/d/ab/c1/282037934242251179/2b5bf991-9d28-477e-95dc-1a5f3b3e68a4/Estilos%20de%20aprendizaje.pdf#page=12>

ANEXOS

Anexos 1 Entrevistas

Entrevistas:

Decano de la Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación.

Dr. Ramiro Laso Bayas

- ¿Considera usted que el canal de televisión on-line sería una herramienta indispensable para la Universidad?

“Indispensable no lo creo, puede ser una herramienta posterior; en los momentos en los que ahora vivimos en la Universidad sí, pero realmente indispensable no lo creo, figúrese que estamos detrás de todo el tema de Radio UDA y esta ya lleva algún tiempo no cierto, el implemento del canal debe ser basado en la experiencia que ya se tiene con Radio UDA”.

- ¿Considera usted que el canal on-line sería un medio idóneo para transmitir información dentro de la comunidad universitaria?

“Tal como se está moviendo la sociedad nuestra, el tema de las redes abarca mucho más que el canal on-line; respondiendo desde la primera pregunta y con esta segunda, a mí me parece que no es que sea una cosa indispensable ni muy idónea, por la sencilla razón de que la misma actividad académica en este momento nos llevas por otros derroteros, ya sea a nivel de redes; solamente que tenga mucha relación las redes con el canal on-line como para que pueda tener una empatía, no cierto, entonces se pueda canalizar por ahí el asunto, pero a mí me parece que deberíamos primero afirmarnos y ver bien hasta donde por ejemplo llegan las mismas redes, que posibilidad hay para poder canalizar todo”.

- ¿Cuáles serían los valores y competencias que se deberían promover en el canal on-line, que correspondan con la Universidad?

“Los mismos de la UDA por supuesto, al igual que se hace con RadioUDA, es decir, el respeto total a la persona, el tema de la tolerancia, la capacidad crítica, la pluralidad de opiniones, por supuesto, pero académica y racionalmente, es decir nada de irnos por otros derroteros, sino fundamentalmente por ahí, yo creo que es simplemente poner el

espíritu de la UDA, en el caso de que se dé el canal, al servicio de la sociedad y demostrar que la UDA tiene una salida a través de ese canal”.

- ¿Cuáles cree que serían las ventajas y desventajas del canal on-line en la Universidad?
“Si realmente tenemos una capacidad como para implementar el canal y el canal a su vez tiene una aceptación; porque también habría que pensar y mirar a través de encuestas a parte de estas entrevistas. Sería un medio formidable como para poder estar interrelacionados, sería un medio como para poder presentar todas las actividades de la UDA, sería un medio de interconexión entre todo el quehacer docente, estudiantil, absolutamente de todo, todos los órdenes, todos los aspectos; pero la desventaja sería que tenga muy reducida capacidad de audiencia; por eso le saco el ejemplo de RadioUDA, con ser radio de que podríamos estar escuchando este momento en la misma oficina y que de hecho lo hacemos no cierto, pero no sé si todos lo hagamos en casa, no sé hasta donde el atractivo sea ese, y figúrese un canal o solamente que el canal se popularice tanto que llegue al nivel de imágenes llamativas para los chicos y a los profesores, no sé, por ahí encaminaría, no?”.

- ¿Piensa usted que la Universidad se encuentra preparada institucional y físicamente para llevar a cabo un proyecto como este?
“No sé, no tengo suficiente criterio, voy a lanzarme a decir simplemente una opinión por lo que he percibido y lo que estoy conociendo desde este nuevo encargo que me hace la universidad, pero no sé si tengamos, primero la capacidad física como para poder establecerlo, segundo la capacidad humana como para poder tener a alguien que lleve el proyecto, no sé quiénes podrían y cuantas personas podrían llevar, no sé si es que eso reporte un desfinanciamiento económico a la universidad, o sea, cómo se va a mantener, no tengo la menor idea; por eso más bien estoy aventurando una serie de opiniones que pueden resultar simplemente personales”.

- ¿Estaría dispuesto a colaborar con los estudiantes y docentes que estén detrás de la producción del canal de televisión on-line?
“Claro que sí, si es que pasa a ser parte de la universidad como tal sin duda alguna por supuesto, eso es inevitable; yo creo que, si se crea una herramienta, llámese en este

momento canal de televisión y que esta herramienta llegue a la gente, por supuesto, encantado”.

Directora del Departamento de Comunicación y Publicidad.

Dis. Mgt. Toa Tripaldi Proaño

- ¿Considera usted que el canal de televisión on-line sería una herramienta indispensable para la Universidad?

“A ver, no le podría decir indispensable porque hemos vivido sin eso entonces no es que sin eso no podríamos, pero si sería de mucho valor para incrementar la calidad y en general incrementar la comunicación de la Universidad; entonces tal vez no le pondría la palabra indispensable, pero si como algo que daría mayor calor a la comunicación”.

- ¿De qué manera serviría el canal on-line a los estudiantes y docentes de la Universidad?

“La comunicación va cambiando y la gente al recibir tantos mensajes, ya sean visuales, auditivos y todo, la gente como que se va acostumbrando a ese tipo de comunicación y deja de tener efecto, ¿no? Hoy en día estamos en una época en la que se vive mucho el tema visual y más aún el animado, entonces, por ejemplo, si tú ves en las redes sociales tienen mayor impacto los videos que las imágenes estáticas, de igual manera en el diseño gráfico empieza a tener mucho más impacto aquellos elementos que tienen más interactividad, no son solamente elementos estáticos y todo. Entonces el canal nos permite generar y emitir este tipo de mensajes que tienen un mayor impacto”.

- ¿Cuáles serían los valores y competencias que se deberían promover en el canal on-line, que correspondan con la Universidad?

“La Universidad como un espacio educativo y formativo siempre promueve valores de ética, respeto, alcanzar metas, y el canal al ser de la universidad tiene que estar alineado a eso, o sea, obviamente de tolerancia, abierto a la diversidad, promoviendo que todos somos parte de una institución, parte de una ciudad, etc. Pero claro, todo eso la universidad trata de promover en sus clases, en sus normativas, en sus reglamentos y al ser un canal comunicacional de la Universidad debe decir exactamente lo mismo”.

- ¿Cuáles cree que serían las ventajas y desventajas del canal on-line en la Universidad?
“Tener un canal más de comunicación es una gran ventaja, a pesar de que es una Universidad pequeña a la larga tenemos una gran cantidad de público al cual debemos llegar y además un público diverso con comunicaciones diversas, entonces todo canal es válido; nos hacen falta canales, y además canales eficientes; tenemos que trabajar en la página web, mejorarle como uno de los canales oficiales, las redes sociales son importantes pero están como ya saturadas de tanta comunicación que debemos hacer, estamos mejorando en las pantallas, pero claro, cada vez se comunican más cosas, también la Universidad está en un proceso de tener más cosas que comunicar, entonces tener un canal más y además un canal efectivo de comunicación es una gran ventaja; como decía en la otra pregunta, que sea un canal que te permita una comunicación más ágil, más dinámica, más entretenida, que llame más la atención y todo, es de mayor ventaja aun. Las desventajas podrían ser que se requiere por detrás más trabajo, en el sentido de que para producir los programas, para producir los spots si se requiere de más tiempo, de más conocimiento y también de más personas, por ponerte un ejemplo nosotros ahora tenemos un buen equipo de diseñadores, pero claro para hacer temas de televisión ya no solo basta con los diseñadores, entonces esa podría ser una desventaja en el sentido de que se requiere una infraestructura mayor, más tiempos que tal vez la Universidad todavía no está lista para tener o que se requiera de una inversión”.

- ¿Piensa usted que la Universidad se encuentra preparada institucional y físicamente para llevar a cabo un proyecto como este?
“Físicamente no, hay que hacer ajustes, no soy experta en la parte tecnológica de los canales de televisión mucho menos on-line, pero yo creo que físicamente no, se debería definir todo lo que necesita la universidad. Anímicamente creo que está lista, en este medio año se le ha dado un giro a la Universidad, está efervescente, haciendo ver todo lo que se hace, todo lo que somos capaces, entonces yo creo que apertura a tener un nuevo canal hay, interés hay, necesidad hay, por eso digo que anímicamente con ganas de tenerlo si, pero físicamente o tecnológicamente creo que todavía no está lista”.

- ¿Estaría dispuesto a colaborar con los estudiantes y docentes que estén detrás de la producción del canal de televisión on-line?

“Completamente, así0 como este es el departamento de comunicación, por ejemplo trabajamos mucho con la facultad de diseño en temas de diseño, igual con comunicación con los corresponsales; la idea es que queremos tener mucho más vínculo con RadioUDA, y no ser tanto un -yo les apoyo-, sino un –somos un equipo-, entonces, es muy difícil seguir creciendo en este departamento además que es ilógico porque tenemos tanta gente que en las diferentes facultades sabe hacerlo, que más bien hay que entender que todos somos un equipo y hay que juntos salir adelante, entonces yo diría que más que estar dispuesta a apoyar, mi idea y mi visión es que todos debemos trabajar juntos para mejorar la calidad de la comunicación”.

Cuestionario para la obtención de datos respecto a la implementación de un canal de televisión on-line o por internet dentro de la Universidad del Azuay.

ENCUESTA ESTUDIANTES

1. ¿A qué facultad de la Universidad del Azuay perteneces?

- CIENCIA Y TECNOLOGIA
- CIENCIAS DE LA
- ADMINISTRACION
- CIENCIAS JURIDICAS
- DISEÑO
- FILOSOFIA, LETRAS Y
- CIENCIAS DE LA
- EDUCACION
- MEDICINA

2. ¿Qué tiempo pasa conectado en internet por día?

- 1 hora
- 1 – 3 horas
- 4 - 7 horas
- 8 -10 horas

3. ¿En qué lugar te conectas con mayor frecuencia?

- Universidad
- Casa
- Trabajo
- Zonas con internet público

4. Cuando te conectas a internet, ¿lo haces para navegar o ver? (puedes elegir varias opciones)

- Redes sociales
- Revisa la página de la Universidad
- Realizar deberes
- Videos y Entretenimiento

5. ¿Cuántas veces al día ingresas a la página de la Universidad?

- 1 – 3 veces
- 4 – 6 veces
- 7 o más veces
- Ninguna

6. ¿Qué tanto te gustaría enterarte de todas las actividades de la Universidad través de un canal online?

1. Bastante 2. Poco 3. Indiferente 4. Casi nada 5. Nada

7. ¿Qué información te gustaría ver por el canal online si se llegase a implementar en la Universidad del Azuay? (puedes elegir varias opciones)

- Actividades de la comunidad Universitaria
- Noticias y Deportes
- Información Musical
- Colectivo Social
- Variedades

8. ¿Quisieras que la información transmitida sea?

- Con identidad UDA

Producción Local

Producción Nacional

Producción Extranjera

9. ¿En qué horario piensas que se debería transmitir el canal online de la Universidad?

6 horas (mañana)

12 horas (mañana, tarde)

24 horas (mañana, tarde, noche)

10. ¿Te gustaría ser parte del equipo del canal o de alguna producción que se realice?

Si

No

ENCUESTA PARA DOCENTES

1. ¿A qué facultad de la Universidad del Azuay perteneces?

- CIENCIA Y TECNOLOGIA
- CIENCIAS DE LA
- ADMINISTRACION
- CIENCIAS JURIDICAS
- DISEÑO
- FILOSOFIA, LETRAS Y
- CIENCIAS DE LA
- EDUCACION
- MEDICINA

2. ¿Considera que un canal de televisión online sería una herramienta indispensable para la Universidad?

- Si
- No

3. ¿Cuántas veces al día ingresa a la página de la Universidad?

- 1 – 3 veces
- 4 – 6 veces
- 7 o más veces
- Ninguna

4. ¿En qué lugar se conecta con mayor frecuencia?

- Universidad
- Casa
- Trabajo

Zonas con internet público

5. ¿Le gustaría enterarse de todas las actividades de la universidad a través de un canal online?

Si
No

6. ¿Qué información le gustaría ver por el canal online si se llegase a implementar en la Universidad del Azuay? (puede elegir varias opciones)

Actividades de la comunidad Universitaria
Noticias y Deportes
Información Musical
Colectivo Social
Variedades

7. ¿Estaría de acuerdo que los alumnos puedan producir diferentes programas para nuestro canal online?

Si
No

8. ¿Colaboraría con sus experiencias y conocimientos con el grupo de estudiante que esté produciendo algún tema que esté acorde con su especialización?

Si
No

9. ¿Aportaría sus conocimientos como docente, grabando clases explicativas a través del canal online?

Si
No

10. ¿Qué horario le gustaría que sea el canal online de la Universidad?

6 horas
12 horas
18 horas
24 horas

11. ¿Le gustaría que el enlace para el canal de televisión online esté dentro de la página de la Universidad?

Si
No