

<https://doi.org/10.17163/abyaups.105.859>

CAPÍTULO 1

Un laboratorio de experiencias sonoras

Metodologías, producción y difusión

Edmundo Armando Grijalva Brito

egrijalva@ups.edu.ec

Universidad Politécnica Salesiana

<https://orcid.org/0000-0003-0560-7162>



Epítome

El laboratorio de Infinito Radio de la carrera de Comunicación de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS) sede Quito aparece luego de la creación del Centro de Medios Virtuales (CMV) esto fue en el 2014; después se afianzó con la creación de Infinito Digital y sus medios componentes: revista, audiovisual y radio en formatos digitales en 2015. En casi una década, Infinito Radio ha producido más de dos mil piezas sonoras que corresponden a casi un centenar de proyectos de radio streaming y producción de series de podcast.

La metodología aplicada a los proyectos de narrativas sonoras complementa el objetivo de formar profesionales que fomentan “la paz entre las personas, la sociedad y la naturaleza”, expresadas con honestidad, “en la vida y el

ejercicio de la ciudadanía” (Universidad Politécnica Salesiana, 2024) además de aplicar un modelo propio de producción de proyectos transmedia.

Historia breve de Infinito Radio

Los antecedentes de los medios de comunicación en la UPS de Quito aparecen en 1998 cuando un grupo de entusiastas universitarios deciden ejecutar una propuesta mediática desde sus propios intereses; formativos, políticos, artísticos y sociales. La transición de siglos puso en evidencia la evolución y transformación de los medios y los jóvenes comunicadores querían ser competentes y competidores. Percibieron los cambios de las narrativas y también las formas de aprendizaje de la comunicación, uso de las tecnologías y distribución de contenidos.

En otra publicación de Ediciones Abya-Yala (Grijalva Brito, 2023) se despliega con detalle el proceso histórico de la radio universitaria salesiana en la capital, relato que está dividido en cuatro etapas: la fundacional con La Pajarera que impulsó la creación de Radio Pirata y Radio Nómada; La Fonola, experiencia radiofónica promovida por el profesor Pablo Terán en la modalidad de “radio parlante” y luego como experiencia originaria de radio en internet; el Centro de Medios Virtuales auspiciado por la dirección de la carrera de Comunicación en 2014;¹ e Infinito Digital²: propuesta convergente de medios que motivaron la creación de Infinito Radio (p. 117).

El entusiasmo de los directores de carrera Rubén Bravo y María del Carmen Ramírez; de los docentes Armando Cuichán, Esteban Plaza, Humberto Cuesta, Pablo Romero, Tania Villalba, Davide Matrone, Armando Grijalva y de la ingeniera de sonidos Jezabel Calero quienes promovieron procesos de aprendizaje y producción sonora con resultados satisfactorios.

1 Resolución del Consejo de Carrera de Comunicación: “5568-004-2014-03-11”, acerca de la implementación del Centro de Medios Virtuales a cargo de Armando Cuichán.

Resolución del Consejo de Carrera de Comunicación: “5768-010-2014-06-18”, acerca de la implementación de Infinito Digital como un medio de comunicación universitario de la Carrera de Comunicación y la conformación de un comité consultivo editorial sobre la plataforma InDi.

2 Holding de medios universitarios que integran el audiovisual, una revista digital, Infinito Radio y la página de Infinito Digital.

La lista de productos es extensa y rica en experiencias formativas universitarias, es el resultado de la escrupulosa diligencia del ideario institucional que pretende un alto valor académico, innovador, flexible, interactuante con pares y tiene influencia política; brinda una experiencia transformadora y es una “institución con las competencias para enfrentar la era digital, el uso de tecnología avanzada y asegurar un futuro sostenible” (Universidad Politécnica Salesiana, 2024).

La misión de la UPS, la visión en prospectiva de la sociedad, la academia y la juventud, junto a la práctica de valores en los procesos de educación con estilo salesiano impulsaron la idea de crear un sistema mediático, en el que cada medio en convergencia pueda aportar contenidos a la comunidad universitaria y a la sociedad ecuatoriana.

A más de ello, el uso efectivo y constante de los laboratorios de narrativas sonoras, video, fotografía, multimedia y diseño gráfico convocaron la coalición de vertientes comunicativas que desembocaron en proyectos transmedia. Infinito Radio trazó su trayectoria en el mundo digital como un laboratorio experiencial de sonoridades.

Los medios universitarios, la mayoría de ellos radios, responden a la naturaleza y visión de cada universidad, por lo que encontramos radios universitarias que funcionan con distintas perspectivas de difusión de las actividades institucionales, o como laboratorio para los programas académicos de comunicación y afines, con énfasis en la información, el análisis coyuntural y casi siempre ligado a rutinas de medios privados. En la salesiana de Quito se apostó por alternativas que dan pauta a mediaciones nuevas y estructuras de relato más atrayentes.

En esa onda transitan los proyectos de radio en streaming que tienen como característica la interlocución desde el enunciado juvenil; dicho de otro modo, el contexto cotidiano de la comunidad universitaria salesiana es narrado desde la percepción, reflexión y prospectiva del estudiantado que tiene, en cada proyecto, el acompañamiento de un tutor o profesor/a que domina el tema o el proceso mediático.

El proceso formativo complementario que realiza Infinito Radio tiene cuatro componentes: Talleres de expresión oral para medios; uso de tecnologías para la producción, distribución de audios; investigación social, modelos de evaluación y validación de productos comunicacionales.

En cada periodo se convoca a los estudiantes, especialmente de los primeros niveles, para que integren el grupo de producción de la radio-la-

boratorio; se planifican las actividades semestrales en las que constan: determinación del tipo de proyecto; elaboración del proyecto; concepción de políticas de trabajo y convivencia; manejo de equipos de audio análogo y digital; diseño de productos; investigación temática; elaboración de libretos; emisiones en vivo y pregrabados; promoción de programas o episodios de podcast y; evaluación y validación de productos.

Durante la pandemia (2020-2021) se realizaron proyectos experimentales relacionados con la salud; apoyo educomunicativo para fortalecer los procesos formativos en comunicación; reportes de situación familiar y charlas ilustradas sobre las afectaciones personales durante esa coyuntura.

Para finales de 2020 se establecen estrategias de producción y difusión de contenidos, además de propiciar experiencias complementarias de formación profesional a los estudiantes de la carrera de Comunicación que contemplan el aprendizaje de administración de emprendimientos mediáticos para comunidades virtuales.

Debido a la situación latente de crisis de salud por el coronavirus, la convocatoria de estudiantes fue mínima, pero con los pocos estudiantes inscritos se lograron campañas informativas de salud; campañas de convivencia y apoyo familiar durante el confinamiento; historias hogareñas que descubrieron talentos familiares y un congreso de sonoridades durante la pandemia.

Para el siguiente año se presentaron cuatro proyectos de programas para radio en streaming y transmisión en Facebook Live. Se aplicó con mayor rigurosidad el plan de desarrollo de microempresas comunicacionales que tuvieron como producto principal las narrativas sonoras con enfoque transmedial.

La metodología de elaboración de proyectos permitió también que se elaboren productos de titulación con base a la matriz propuesta por el profesor coordinador del laboratorio Infinito Radio.

En esta instancia se aprecia la necesidad de realizar el inventario de producciones, del que partiría la elaboración del patrimonio sonoro de la radio-laboratorio, el mismo que permitirá que las piezas comunicacionales puedan ser usadas en varias modalidades: radio a la carta; podcast; y repositorio digital. iVoox y Spotify son plataformas que permiten cumplir con estos objetivos y, completan la exposición de la producción, la página de Infinito Digital.

La experiencia radiofónica exigía ampliar su espectro de incidencia, en ese sentido, la emisora afianzó colaboraciones con las radios: Voz Andina Internacional de la Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador y la radio

de la Facultad de Comunicación Social (FACSO) de la Universidad Central del Ecuador en el programa Encuentros con las Filosofías.

A partir de 2023, nuestra emisora se afilia a la Red de Radios Universitarias del Ecuador (RRUE) y empieza una nueva etapa de apoyo a la formación profesional de comunicadoras y comunicadores en el laboratorio experimental de sonoridades.

Una estantería variada

Gastado casi un cuarto del siglo XXI se confirma que la distribución de contenidos sonoros está bastante desarrollada y es pródiga, en comparación con el espectro de difusión de finales del siglo anterior que, en el ámbito sonoro fue unisensorial y ahora es convergente o multisensorial.

La radio tradicional es todavía el mejor referente de la vitrina sonora y aun no satisface el deseo de algunos clarividentes que anunciaron su muerte y desaparición. El desarrollo de las TIC y la irrupción en la industria cultural ponen en evidencia la expansión de softwares de producción, distribución, difusión, archivo y promoción de audios digitales en múltiples modalidades y plataformas.

Subyugados por el paradigma de las tecnologías, la demanda de usuarios y prosumidores, la carrera de Comunicación de la UPS sede Quito apostó por el aprendizaje de Narrativas Sonoras, como cátedra de pregrado; pero también impulsó la creación de un laboratorio de Sonoridades que satisfaga experiencias de producción radiofónica en streaming y Facebook Life; producción de series de podcast y proyectos de transmedia, insertados en iVoox y Spotify.

Las pretensiones juveniles de tener un programa de radio o producir una serie de podcast con temas que les son atractivos no son masivas, aunque bastan pocos talentos voluntarios para diseñar y ejecutar proyectos satisfactorios y memorables.

La lista de proyectos es extensa, sin embargo, ahora se destacan los proyectos que se consolidaron en al menos un semestre del pregrado de la carrera de comunicación.

La lectura de los capítulos promete al lector generar un proceso de imaginación de las experiencias estudiantiles, las emisiones sonoras, reconocer las narrativas cuando las escuche y recuerde el texto. Este documento no solo es informativo, también expone la metodología y didáctica de aprendizajes de producción mediática y sobre todo radiofónica.

Metodología de diseño de proyectos

Fue en octubre de 2020 cuando se designó como responsable del laboratorio al profesor Grijalva. Él revisó y rediseñó la propuesta de aprendizajes, procesos de producción y estrategias de promoción y difusión del medio universitario.

Años antes, el mismo docente presentó la matriz de proyectos a la dirección de carrera (2017), y fue aprobado y ejecutado en varios momentos y en algunos proyectos. No se aplicó en todas las ofertas sonoras debido a los ajustes temporales de clases, exámenes y otras eventualidades propias de la academia. Pero, a partir del 2021 se aplica con rigor la elaboración previa de las propuestas de proyectos. Gracias a ello es que se puede contar con esta memoria.

La matriz que se expone en la tabla 1 tiene como finalidad direccionar aprendizajes complementarios de la carrera. La experiencia del laboratorio de Infinito Radio motiva la creación de emprendimientos comunicacionales, comprendiendo la mediología y la competencia que se establece con las ofertas mediáticas. Dicho en palabras más sencillas: la matriz permite evaluar un proceso formativo no solo de producción de piezas sonoras sino de nuevas empresas y modelos de negocios ajustados a los tiempos que nos ha correspondido vivir.

Tabla 1

Matriz de presentación de proyectos de Infinito Radio

Necesidad	Con base en el tema se argumenta la insuficiencia comunicativa o desierto informativo de la situación a tratar: la falta de mediación en los medios tradicionales o virtuales; o la urgencia coyuntural de elaboración de contenidos que no se insertan en los mass medias.
Destinatarios	Se describe el grupo humano al que está dirigido. Datos etarios, socio económicos, educativos y más.
Demarcación	Ubicación geográfica de la cobertura del proyecto.
Objetivos	Un objetivo general y tres específicos.
Periodicidad	Día y hora de emisión; se incluye reprise.
Formatos	Se determina una estrategia de uso de pequeños y grandes formatos sonoros.

Marco teórico	La sustentación debe tener como base la investigación y por tanto se ensaya el estado del arte del asunto a tratar en los programas y series.
Metodología	Se explica la metodología de trabajo en cabina y en la rutina comunicacional.
Plan Media	Se determina el medio de difusión que deberá complementarse con el uso de redes sociales y aplicaciones digitales. El Plan se realiza con base a la revisión mediática en las plataformas web y en coherencia con los usos y consumo de medios de los destinatarios.
Talento humano	Se elabora un manual de políticas de colaboración, convivencia, calidad de productos, puntualidad y otras responsabilidades que demande el proyecto.
Infraestructura	Lugar de trabajo: aula, sala de redacción, cabinas de grabación.
Herramientas tecnológicas que se usarán	Lista de herramientas tecnológicas de usará en el proyecto: grabadores, cabina de producción de audio; celular, computador, software, etc.
Logística	Se explica la necesidad de movilización, alimentación y otras necesidades de sobrevivencia cuando deben realizar coberturas fuera de la ciudad de Quito.
Materiales	Se presenta una lista de requerimientos básicos como: hojas de papel bond, esferográficos, pilas o baterías, fotocopias.
Planificación	Cronograma de actividades, pero esencialmente de producción y difusión de productos.
Costos	Se dimensiona el costo de todo el proceso.
Financiamiento	Se informa sobre el auspicio externo e interno (UPS).

Nota. Edmundo Armando Grijalva Brito.

La elaboración de este documento propositivo se realiza con la tutoría del profesor que acompaña el proceso y que colabora en la ejecución, evaluación, validación y difusión, para ello se establecen tres talleres de formación complementaria: Elaboración del proyecto con énfasis en la investigación temática y de mediología; Producción de audio digital y Locución e Interlocución sonora. Se explica a continuación el procedimiento

La primera instancia pide la exposición del asunto comunicacional, sea en forma de pregunta o hipótesis. Luego se sustentan los antecedentes

del tema, las causas del problema o situación. Se establecen las consecuencias de no informar o generar mediaciones sobre asuntos que no contiene la agenda-setting de los medios locales o nacionales y se concluye el requerimiento explicando la necesidad de insertar un programa o forma narrativa sonora en el espectro mediático sonoro.

Las fuentes académicas de referencia que se aplican para la capacitación de elaboración de proyectos de Infinito Radio son:

- ▶ De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía (Martín- Barbero, 1987).
- ▶ Intersecciones en Comunicación (Zunino, 2018).
- ▶ Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la *agenda setting* (Rubio Ferreres, 2009).
- ▶ Transmetodología de la investigación teórica en comunicación (Maldonado De la Torre, 2009).
- ▶ Introducción a la medialogía (Debray, 2000).
- ▶ The Gesturing Screen Art and Screen agency within postmedia assemblages (Maithani, 2021).
- ▶ Aproximaciones a la radio desde una experiencia sonora musical (Causa, 2022).
- ▶ Manual urgente para radialistas apasionados (López Vigil, 1996).

Bajo la concepción crítica de la comunicación se plantean reflexiones sobre las narrativas sonoras, la transmetodología aplicada a la comunicación; el estudio de los medios para la comprensión de uso e investigación de etnografía de medios; gestión de la comunicación en los nuevos medios; la estética del discurso sonoro y, sobre todo, la inserción de temas y problemas sociales que deben ser expuestos en los medios y que son atrayentes para los jóvenes universitarios.

Hay charlas complementarias que suelen dar los tutores y tutoras en torno a la actualidad de la tecnología, la comunicación y la complejidad de la interdisciplinariedad o la transmetodología.

Para la aprobación del proyecto se requiere la revisión del coordinador del laboratorio Infinito radio y el consentimiento de la dirección o consejo de carrera de Comunicación. Luego se cumplirá con la planificación acordada y la consecuente producción y difusión.

Evaluación y validación

Dentro del proceso de formación complementaria que ejecuta el laboratorio de Infinito Radio se establecen competencias de evaluación y validación de productos mediáticos con modelos probados en instituciones de comunicación y en proyectos de comunicación desarrollo.

Tres modelos son los que se aplican en la evaluación y validación de proyectos de narrativas sonoras: AIDA, INCRA, y SCAPIE, que se ajustan a los objetivos de cada uno de los proyectos, seleccionando el más pertinente.

El modelo simple, reconocido como AIDA y proporcionado por el radiodifusor colombiano Jimmy García Camargo de la Academia de Radio Colombiana (ARCO) en 1988 y compartida en varios Talleres del proyecto CIESPAL-Radio Nederland de Holanda, permite evaluar el proceso narrativo, de ahí que las siglas corresponden a:

Tabla 2

Modelo de evaluación AIDA

Atención	En los primeros segundos el producto debe llamar la atención del destinatario
Interés	Relevancia del producto que despierta el interés social, comunitario o colectivo
Deseo	De continuar escuchando el producto
Acción	Utilidad del producto

Nota. Jimmy García Camargo (1998). Elaboración: Edmundo Armando Grijalva Brito.

Esta modalidad de evaluación es rápida y muy frecuente en las salas de redacción de algunos medios y da cuenta de la calidad narrativa que se expondrá en la estantería comunicativa.

Walter Ouro Álves (1994), productor y periodista brasilero que impartió cursos y talleres en varios países latinoamericanos, con el auspicio de Radio Nederland y el CIESPAL, transfirió el modelo de evaluación denominado INCRA, el mismo que propone:

Tabla 3*Modelo de evaluación INCRA*

Inteligible	Entendible; inteligentemente estructurada
Novedoso	Novedad de contenido o de narrativa
Correcto	Lingüística, Técnica y ética
Relevante	Para los destinatarios
Atrayente	Uso armónico de los elementos del lenguaje sonoro

Nota. Walter Ouro Álves (1994). Elaboración: Edmundo Armando Grijalva Brito.

Lo Inteligible admite la capacidad de apreciar, entender y recordar el contenido expuesto, y debe ser expresado en una sola idea que dé cuenta de lo que se trata.

Lo Novedoso no consta en el texto original de Walter Álves, es una propuesta realizada por el autor de este capítulo que fuera aceptada en una de las reuniones de evaluación de los talleres organizados por el CIESPAL y que convoca a la creatividad o novedad de la exposición del producto.

Lo Correcto se destila en tres componentes: la corrección lingüística que evalúa el uso del lenguaje oral y la composición sonora del relato; La corrección técnica que toma atención a la nitidez del sonido que deviene del proceso técnico o uso de la tecnología de audio; y la corrección ética que está enmarcada en los códigos deontológicos de la comunicación, el periodismo y la relación con la cultura de los destinatarios.

Lo que se dice y se expone en los medios debe ser Relevante para los públicos a los que se dirige el programa, la serie de podcast, la campaña social o la experimentación narrativa. La evaluación, entonces se determina por la importancia que adquiere el relato en el grupo humano anunciado.

Lo Atrayente privilegia el arte de construir la narrativa y en la que se advierte el buen uso de los elementos del lenguaje sonoro, en la que el acto de escucha sea grato.

Una de las herramientas de la planificación de la comunicación, cedidas por Adalid Contreras Baspineiro (2018), es el SCAPIE. Esta matriz instrumental es adaptada a los componentes del proyecto de narrativas sonoras y es aplicada en la metodología de validación de productos, especialmente en aquellas emisiones radiofónicas vinculadas con alguna comunidad específica, colectivo o grupo humano determinado.

En el propósito formativo y complementario de la comunicación en la UPS sede Quito, el modelo de validación permite abordar la integralidad del proceso de la comunicación “desde la idea comunicacional” (p. 36), tomando atención a varios elementos: la planificación operacional descrita, la gestión comunicacional, la producción de audio, evaluación y validación del proceso. Esta validación tiene un carácter explicativo y no necesariamente responde a la instrumentalización de resultados cuantitativos.

Esta etapa consiente la posibilidad de realizar cambios en el proceso de producción, de manejo de contenidos y de aplicación del Plan Media.

La aplicación del SCAPIE se realiza con los integrantes del grupo ejecutor, un grupo de destinatarios y él o la docente tutora, quienes, a partir de una escucha cautiva, exponen sus comentarios en torno a los resultados obtenidos en las siguientes categorías:

Tabla 4

Modelo de validación SCAPIE

Sujetos sentipensantes	Los “sujetos sentipensantes” (Contreras Baspineiro, 2018) exponen impresiones sobre los productos expuestos y la validez de lo comunicado, se enfatiza el sentimiento que provoca el producto y su incidencia.
Conocimientos	Se exponen los conocimientos que tiene el grupo destinatario y los conocimientos adquiridos en las narrativas sonoras presentadas.
Actitud	Se expresa la actitud comunicativa e interlocución expuesta en los productos y se contrasta con la actitud que tienen los destinatarios frente a las narrativas escuchadas.
Prácticas	Se contrastan las prácticas productivas y comunicativas que tienen los destinatarios con relación al uso y consumo de medios de comunicación y actividades beneficiosas en la vida cotidiana.
Interés	Se comenta el nivel de interés que generaron los audios difundidos. Complementariamente se usa el modelo AIDA.
Esperanzas	Se exponen las expectativas de los destinatarios y se confrontan con las expectativas propuestas en el proyecto.

Nota. Adalid Contreras Baspineiro (2018). Elaboración: Edmundo Armando Grijalva Brito.

Los resultados se presentan en un informe que relata cada uno de los componentes del modelo SCAPIE con el propósito de sugerir cambios en el proceso, la producción de narrativas, la distribución de contenidos de acuerdo con el Plan Media, la periodicidad u otro elemento que compone el proyecto sonoro.

Miscelánea de experiencias

El laboratorio ha concebido varias experiencias de trabajo mediático con énfasis en la transmedialidad de la difusión sonora contemporánea, atendiendo a las formas narrativas actuales, que son más emotivas, entretenidas, situadas y que demandan interlocuciones amenas, así, se exige a los conductores/as que los relatos tengan una actitud comunicativa alegre, respetuosa y que hagan buen uso del humor cotidiano.

Los estudiantes que participaron en la difusión de programas en la modalidad “en vivo” valoraron el disfrute de compartir contenidos a las audiencias juveniles y lograr impactos que, con el devenir de las emisiones fueron mejor modelizados y luego rectificaron las formas de interlocución, participación e interactividad en las redes. Son gratos los resultados para la carrera, la UPS y para los graduados y graduadas en nuestra institución.

La producción de radio-revistas tuvo amplia aceptación por pequeños grupos que trabajaron contenidos temáticos y coyunturales durante uno o dos semestres. La investigación fue el pilar del trabajo creativo y sistemático de las estructuras narrativas.

Las series de entrevistas a profundidad exigieron la creación de bases de datos de expertos y profesionales en las áreas implicadas. El aprendizaje del “arte de la pregunta” se evidencia en los cuestionarios planteados y en la narrativa del diálogo.

Las historias de vida se lograron gracias al adiestramiento en la investigación, la entrevista, la disposición narrativa y la estrategia del diálogo. La mayoría de los proyectos optaron por exponer los testimonios de vida en primera persona, por la carga emotiva que deviene del sentir propio; y en muy pocas se echó mano a las características del reportaje, formato que permite la construcción de la historia desde varias fuentes y versiones.

Una serie de sesenta etnografías sonoras realizadas en los barrios de Quito permitió informar sobre la existencia de los territorios urbanos en los que habitan los estudiantes de la salesiana. Se aplicaron entrevistas

a personajes reconocidos en el sector, se describieron imaginarios en cada sitio; para ello se grabaron los escenarios sonoros en distintas horas del día para representar los ambientes en los que se desarrolla la vida cotidiana y se obtuvo impresiones sobre las urgencias, limitaciones y otras necesidades de servicio social que demandaban los y las ciudadanas.

Las adaptaciones de mitos, cuentos y leyendas también convocaron voluntades para producir varias series, las mismas que fortalecen el patrimonio intangible del país. Algunas series se concretaron como series episódicas en los trabajos de titulación, que recrearon mitos, cuentos, leyendas y poesía del pueblo afroecuatoriano, de las culturas indígenas, del pueblo montubio, de la mitología amazónica y otras fantasías generadas por referentes urbanos, juveniles y universitarios.

Los procesos de producción de géneros dramatizados también se aplicaron en la producción de campañas sociales, en la promoción de los programas y podcast de casi toda la estantería sonora de Infinito Radio.

La rutina periodística encontró conductos experimentales en la elaboración de noticieros e informativos institucionales, el análisis de coyuntura política y académica también dinamizó a las audiencias universitarias; los debates temáticos y la consulta pública a través del vox pop (sondeos) da cuenta de la aspiración de los comunicadores en formación.

No faltaron las experiencias de periodismo deportivo. Los comentarios semanales de la liga profesional de Ecuador, de las grandes ligas europeas, de Argentina y Brasil y obviamente, del mundial, fueron platos que se degustaron en algunos periodos. Se ensayaron emisiones “en vivo” tomando como fuente de relato a las transmisiones de la televisión nacional o de cable de los torneos en los participaba la “tri” o algún equipo nacional.

La radio sin música no es radio, dicen los y las abuelas, así también la aprecian las juventudes, por ello, los programas de entretenimiento musical no faltaron en las parrillas semestrales de Infinito Radio. El rock, la música Indie, el urban contemporáneo, la salsa y más trovas fueron acogidas y desarrolladas con el regocijo de las comunidades virtuales.

Los pretextos temáticos también son muchos: política, economía, ecología, medio ambiente, feminismo, ciencia, arte, teatro, danza, cine, tecnología digital, gestión institucional, salud, filosofía, literatura, vida cotidiana, imaginarios urbanos, deporte, agenda celebrativa y más asuntos de preocupación estudiantil se presentaron en las vitrinas sonoras de Infinito Radio.

La radio universitaria de la salesiana apostó por las formas colaborativas con otros medios e instituciones de educación superior. Tres acciones se destacan en este abreviado testimonio:

1. El convenio con radio Pichincha Universal que transmitía, todos los lunes antes del informativo del mediodía, las producciones realizadas en los laboratorios de sonoridades, incluido Infinito Radio. Esta fraternal cooperación duró 16 meses, puesto que el confinamiento interrumpió la periodicidad de producción en la universidad.
2. La celebración del día internacional de la Radio se realizaba en la semana correspondiente con la colaboración de talentos e instituciones relacionadas con el medio. Esta actividad se realizó bajo el acuerdo de la carrera de Comunicación y una empresa de producción multimedia. La conmemoración propuso segmentos históricos, reportajes reflexivos sobre la coyuntura tecnológica y de sostenibilidad y la entrevista central que tenía como invitado/a un personaje de reconocida solvencia profesional a nivel nacional e internacional. Tres años fueron celebrados en las instalaciones del laboratorio de Infinito Radio.
3. El convenio interinstitucional entre la Universidad Central del Ecuador, la Universidad Andina Simón Bolívar de Ecuador y la Universidad Politécnica Salesiana gestó el programa: “Encuentros con las Filosofías”. El programa semanal ya pasó el centenar de emisiones y enfrentó varios cambios en su modalidad discursiva, lo que hace que se mantenga en la atención académica, no solo de las tres instituciones educativas, sino en otras que se adhirieron a la iniciativa, especialmente docentes de las carreras de Filosofía.

La magia de las sonoridades es infinita. Las narrativas que no alcanzan a difundirse en una temporada o que tienen menos de cinco emisiones son cuantiosas, empero, fructíferas en los desafíos propuestos. Más adelante referiré los detalles de estos lances. Por ahora, cabe indicar que no lograron más difusiones porque coincidieron las épocas de exámenes, de titulaciones, de enfermedades, de separaciones, deserciones y otras circunstancias que impidieron los cierres de ciclos exitosos.

La transmisión en modalidad streaming se realizó en *Mixlr*, y usted puede sintonizarla en el siguiente enlace: mixlr.com//infintoradioupsq. Puede revisar fragmentos de las emisiones en vivo en la página de Infinto Digital INDI y en los muros de los programas que sí aplicaron el Plan Media con eficiencia, por ejemplo: “La perorata me da lata”, Sin anestesia, Trazos, techos y trechos, entre otras.

Los programas de una hora de duración no solo fueron transmitidos por el enlace anotado, se utilizó también la red social Facebook Life que requería el software OBS y dos cámaras que se pusieron en la cabina para tener al menos dos ángulos narrativos de imagen y de enfoque para los conductores e invitados.

Para la inserción de programas radiofónicos y las series de podcast se exigió que se presenten las sinopsis de contenidos junto con el logotipo del programa. La mayoría de los productos elaborados desde 2017 constan en las plataformas de iVoox y Spotify.

Estas plataformas y otras redes sociales se usaron para promocionar las emisiones y las series. Los reels y otras imágenes se publicitaron en Instagram; avances tipo *selfies* o invitaciones con los entrevistados se difundieron en TikTok y los afiches se promovieron en Facebook. La información emanada de los programas se emitía en Twitter, ahora X. Las experiencias de evaluación de impacto en las redes y en la difusión en *Mixlr* obligó a ejercitarse en la escritura SEO (Search Engine Optimization: Optimización para motores de búsqueda), adecuada para cada mediación en la web. Pocas veces se recurrió al uso de *newsletters*.

Con todo lo expuesto, la década aquí referida fue provechosa, tuvo palmas, errores, reclamos, malentendidos, disputas de horarios, críticas severas y otros infortunios propios del ejercicio comunicacional en los medios de comunicación y de la visión de la academia.

Las fallas de la gestión técnica, en cuanto se refiere al cuidado y preservación del patrimonio sonoro, son difíciles de restablecer, porque no hubo la precaución de elaborar un inventario técnico y patrimonial de toda la fonoteca producida por los talentos y voluntades estudiantiles y docentes. Mas, el error contribuye con una necesidad a solventar: recuperar los audios.

Ya finalizó la etapa de recuperación de audios insertados en las plataformas de Spotify, iVoox y algunas producciones que reposaban en los archivos personales de los docentes. Al cerrar la edición de este libro, iniciamos las jornadas de elaboración del inventario sonoro con los códigos pertinentes y

necesarios para la siguiente gestión: valorar las producciones como patrimonio de Infinito Radio.

En un futuro cercano usted disfrutará de estas producciones que estarán mejor dispuestas en un repositorio de acceso libre. Pero, esa proyección del laboratorio ya se contará después.

Referencias bibliográficas

- Álves, W. O. (1994). *La cocina electrónica*. CIESPAL.
- Causa, E. (2022). Aproximaciones a la radio desde una experiencia sonora musical. En D. D. (coord.), *Música: sonido e imagen* (pp. 111-122). Universidad Nacional de La Plata.
- Contreras Baspineiro, A. (2018). *Recordar el futuro. Planificación de la comunicación desde la comunicación*. Universidad SURCOLOMBIANA.
- Debray, R. (2000). *Introducción a la mediología*. Paidós.
- García Camargo, J. (1998). *El mundo de la Radio*. CIESPAL.
- Grijalva Brito, E. A. (2023). De la Pajarera al Infinito. En C. Andrade y E. Conde, *La radio universitaria en Ecuador. Inicios, transformación histórica y nuevas perspectivas* (pp. 117-144). Ediciones Abya-Yala.
- López Vigil, J. I. (1996). *Manual urgente para radialistas apasionados*. G8. <https://bit.ly/3BZmTQm>
- Maithani, C. (2021). *The gesturing screen: art and screen agency within postmedia assemblages*. UNSW School of Art & Design.
- Maldonado De la Torre, E. (2009). *Transmetodología de la Investigación teórica en comunicación*. CIESPAL.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. G. Gilli S.A.
- Rubio Ferreres, J. M. (2009). Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. *Gazeta de Antropología*, 25(1). <https://bit.ly/3DS48id>
- Universidad Politécnica Salesiana. (12 de febrero de 2024). <https://bit.ly/3PB-Qkv2>
- Zunino, E. (2018). Agenda Setting: cincuenta años de Investigación en Comunicación. *Intersecciones en comunicación*, 12, 187 - 2210. <https://bit.ly/3PAqM1i>