



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADOS EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

“El uso del podcast como medio de difusión de la información en la web 2.0 y su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social”

Sublínea de investigación: Comunicación y Sociedad

AUTORES: Ramírez Criollo Kevin Ariel y Villacís Burgos Melina Nathaly

TUTORA: Abg. Janeth Elizabeth Montoya Alvarado

Guayaquil – Ecuador

2020 – 2021



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO: “EL USO DEL PODCAST COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA WEB 2.0 Y SU APLICACIÓN DENTRO DEL DESARROLLO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL”

AUTOR/ES:
Villacís Burgos Melina Nathaly
Ramírez Criollo Kevin Ariel

TUTOR:
Abg. Janeth Elizabeth Montoya Alvarado

INSTITUCIÓN:
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD:
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

FECHA DE PUBLICACIÓN: 2021

N. DE PAGS: 103

PALABRAS CLAVE: Podcast, comunicación, difusión de información, desarrollo académico.

RESUMEN: La manera de obtener información ha variado gracias a la llegada del internet, es casi imposible no encontrar algún dato en la web, puesto que, esta tiene una gran variedad de páginas que ofrecen un sinnúmero de información de forma instantánea. El presente trabajo tiene como objeto analizar la influencia del podcast en el desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social. Esta investigación se basó en las variables: difusión de información, desarrollo académico; la técnica utilizada fue la encuesta arrojando resultados que favorecen a la hipótesis abriendo paso a la propuesta: Creación de podcasts como material de apoyo, para los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, con el propósito de ampliar y reforzar conocimientos.

ADJUNTO PDF:

X SI

NO

CONTACTO CON AUTORES/ES:
Villacís Burgos Melina Nathaly
Ramírez Criollo Kevin Ariel

Teléfono:
0992761113
0993571493

E-mail:
melina.villacisb@ug.edu.ec
kevin.ramirez@ug.edu.ec

CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:

Nombre: Abg. Janeth Elizabeth Montoya Alvarado

Teléfono: 0983656446

E-mail: janeth.montoyaa@ug.edu.ec



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIDAD DE TITULACIÓN**

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Nosotros, VILLACÍS BURGOS MELINA NATHALY y RAMÍREZ CRIOLLO KEVIN ARIEL con C.C. No. 0955690110 y 0931777262, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es "EL USO DEL PODCAST COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA WEB 2.0 Y SU APLICACIÓN DENTRO DEL DESARROLLO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL". Son de nuestra absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

Villacís Burgos Melina Nathaly

C.C 0955690110

Ramírez Criollo Kevin Ariel

C.C 0931777262

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



**ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL
TRABAJO DE TITULACIÓN
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Guayaquil, 09 de marzo de 2021.

**Sra. Dra. Alba Rosa Barreth González
DIRECTOR (A) DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, DE LA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE
GUAYAQUIL**

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **EL USO DEL PODCAST COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA WEB 2.0 Y SU APLICACIÓN DENTRO DEL DESARROLLO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL** de los estudiantes **VILLACÍS BURGOS MELINA NATHALY** y **RAMÍREZ CRIOLLO KEVIN ARIEL**, indicando que ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que la estudiante está apta para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
**JANETH ELIZABETH
MONTAYA ALVARADO**

Abg. Janeth Elizabeth Montoya Alvarado
C.I. 0913512521



ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR

Guayaquil, 18 de marzo de 2021.

Sra. Dra. Alba Rosa Barreth González

DIRECTORA DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL, DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la REVISIÓN FINAL del Trabajo de Titulación **EL USO DEL PODCAST COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA WEB 2.0 Y SU APLICACIÓN DENTRO DEL DESARROLLO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL** de los estudiantes **VILLACÍS BURGOS MELINA NATHALY** y **RAMÍREZ CRIOLLO KEVIN ARIEL**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

El título tiene un máximo de 34 palabras.

La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.

El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.

La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.

Los soportes teóricos son de máximo 5 años.

La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

El trabajo es el resultado de una investigación.

El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.

El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.

El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



MYRIAM ROSSANA
MENDOZA SOLÓRZANO

Ing. Myriam Mendoza Solórzano. Mgs
Docente Tutor Revisor
C.I. 0906546262

Fecha: 18 de marzo de 2021

TABLA DE CONTENIDO

FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN	II
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	III
ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	IV
ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	V
ANEXO VIII.- INFORME DEL DOCENTE REVISOR	VI
DEDICATORIA	X
AGRADECIMIENTO	XI
Resumen	XVI
Abstract	XVII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1. Planteamiento del Problema	3
1.2. Formulación del Problema	4
1.3. Sistematización	4
1.4. Delimitación del Problema	4
1.4.1. Objeto de investigación	4
1.4.2. Campo de acción	4
1.4.3. Área	4
1.4.4. Tema	5
1.4.5. Problema	5
1.4.6. Delimitación temporal	5
1.5. Ubicación del Problema	5
1.6. Objetivos	6
1.6.1. Objetivo general	6
1.7. Justificación	6
1.8. Hipótesis	7
1.9. Variables	7
1.9.1. Variable Dependiente	7
1.9.2. Variable Independiente	7

1.9.3. Operación de variables	8
CAPÍTULO II	9
MARCO TEÓRICO	9
2.1. Antecedentes de la investigación	9
2.2. Marco Teórico	11
2.2.1. Comunicación	11
2.2.1.2. Comunicación digital	14
2.2.2. La Web 2.0	15
2.2.3. Podcast	17
2.2.3.1. Podcast educativo	18
2.2.4. Podcaster	20
2.2.5. Podcasting	21
2.2.6. Plataformas streaming	23
2.3. Marco contextual	24
2.4. Marco conceptual	25
2.5. Marco Legal	26
CAPÍTULO III	29
MARCO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE RESULTADO	29
3.1. Diseño de investigación	29
3.2. Tipo de investigación	29
3.3. Metodología de la investigación	29
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación	29
3.4.1. Técnicas de investigación cualitativas	29
3.4.2. Técnicas de investigación cuantitativas	30
3.5. Población y Muestra	30
3.6. Análisis e interpretación de datos	32
3.6.1. Datos sociodemográficos	32
3.6.2. Preguntas de la encuesta	34
3.6.3. Comprobación de Hipótesis	44
3.6.4. Entrevista a expertos	45
3.6.5. Análisis integral de resultados	52
Conclusiones	53
Recomendaciones	54
CAPÍTULO IV	55

LA PROPUESTA.....	55
4.1. Planteamiento de la propuesta: Creación de podcast para mejorar el desarrollo académico.....	55
4.2. Objetivos de la propuesta	55
4.2.1. Objetivo General	55
4.2.2. Objetivos específicos.....	55
4.3. Planeación estratégica de la propuesta	57
4.4. Presupuesto de la propuesta.....	58
4.5. Cronograma de actividades	58
4.6. Afiche y eslogan de la propuesta	60
4.7. Afiche de la semana	61
4.8. Guion del primer podcast.....	62
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	65
APÉNDICE.....	69

DEDICATORIA

Dedicamos este proyecto de titulación a nuestros familiares y allegados que han depositado su confianza en nuestras habilidades como estudiantes y futuros profesionales, además de brindarnos una mano amiga en aquellos momentos cuando más lo necesitábamos, para alcanzar el éxito y cumplir con todas nuestras metas.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, damos las gracias a Dios por mantenernos con salud.

A nuestros padres, por ser apoyo incondicional en este tiempo de desarrollo académico.

A Verónica Morán, amiga, compañera y futura colega, que nos ha acompañado en el transcurso de la obtención del título.

A la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil por permitirnos cumplir una de nuestras metas.

Al Lcdo. Denny Tapia por ser uno de nuestros guías en el proceso de realización del presente trabajo de titulación y a nuestra tutora, Abg. Janeth Montoya, por estar pendiente en cada paso de la misma.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	8
Tabla 2	30
Tabla 3	32
Tabla 4	33
Tabla 5	34
Tabla 6	35
Tabla 7	36
Tabla 8	37
Tabla 9	38
Tabla 10	39
Tabla 11	40
Tabla 12	41
Tabla 13	42
Tabla 14	43
Tabla 15	57
Tabla 16	58
Tabla 17	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	32
Gráfico 2	33
Gráfico 3	34
Gráfico 4	35
Gráfico 5	36
Gráfico 6	37
Gráfico 7	38
Gráfico 8	39
Gráfico 9	40
Gráfico 10	41
Gráfico 11	42
Gráfico 12	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	22
Figura 2	24
Figura 3	60
Figura 4	61

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1. Correo electrónico enviado a la Secretaria General, la abogada Martha Maximina Romero Zamora.....	70
Apéndice 2. Capturas de la encuesta	73
Apéndice 3. Fotografía de la Facultad para agregarla en el Capítulo I	82
Apéndice 4. Captura de pantalla de la edición del podcast	84
Apéndice 5. Captura de pantalla de las entrevistas a expertos	85



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

“EL USO DEL PODCAST COMO MEDIO DE DIFUSIÓN DE LA INFORMACIÓN EN LA WEB 2.0 Y SU APLICACIÓN DENTRO DEL DESARROLLO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO SEMESTRE DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL”

Autores: Melina Nathaly Villacís Burgos y Kevin Ariel Ramírez Criollo

Tutora: Janeth Montoya Alvarado

Resumen

La manera de obtener información ha variado gracias a la llegada del internet, es casi imposible no encontrar algún dato en la web, puesto que, esta tiene una gran variedad de páginas que ofrecen un sinnúmero de información de forma instantánea. El presente trabajo tiene como objeto analizar la influencia del podcast en el desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social. Esta investigación se basó en las variables: difusión de información, desarrollo académico; la técnica utilizada fue la encuesta arrojando resultados que favorecen a la hipótesis abriendo paso a la propuesta: Creación de podcasts como material de apoyo, para los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, con el propósito de ampliar y reforzar conocimientos.

Palabras claves: Podcast, comunicación, difusión de información, desarrollo académico.



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"THE USE OF PODCAST AS A MEANS OF DISSEMINATION OF INFORMATION ON WEB 2.0 AND ITS APPLICATION IN THE ACADEMIC DEVELOPMENT OF STUDENTS OF THE EIGHTH SEMESTER OF THE SOCIAL COMMUNICATION CAREER"

Authors: Melina Nathaly Villacís Burgos and Kevin Ariel Ramírez Criollo

Advisor: Janeth Montoya Alvarado, MSc

Abstract

The way of obtaining information has changed thanks to the arrival of internet, it is almost impossible not to find any data on the web, because it has a wide variety of pages that offer countless information instantly. The present work aims to analyze the influence of the podcast on the academic development of eighth-semester students of the Social Communication career. This research was based on the variables: dissemination of information, academic development; The used technique was the survey, results were yielding, this fact favors the hypothesis and opens the way for the proposal: creation of podcasts as a support material for students of the Faculty of Social Communication, with the purpose to expand and reinforce their knowledge.

Keywords: Podcast, communication, information dissemination, academic development.

INTRODUCCIÓN

En este trabajo de investigación, se analizará el uso del podcast como medio de difusión de la información en la web 2.0 en su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social.

El internet ha permitido que el mundo de la educación mejore, ofreciendo características únicas que dan facilidad a que los usuarios tengan un sinfín de acceso a información de forma casi instantánea.

El podcasting, ha facilitado la recepción de información para los usuarios y se ha comprobado que muchos de estos prefieren consumir diversos materiales de algún tema de su interés.

En los capítulos de este proyecto investigativo muestra que:

En el capítulo I, se especifica el planteamiento del problema que menciona: ¿Cómo influye el uso del Podcast como medio de difusión de la información en la web 2.0 en su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de comunicación social? El mismo que a lo largo de este trabajo se irá esclareciendo.

Por otra parte, en este apartado, se encuentra la delimitación del problema que indica que nuestro objeto de investigación son los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, los cuales nos ayudarán a dar soporte a la hipótesis establecida, gracias a la encuesta realizada (Con la utilización del Podcast, al ser de libre acceso y de fácil portabilidad, permite al estudiante una mayor comprensión con el contenido a tratar, ayudándolo a receptar la información de una forma óptima y así desarrollarse académicamente).

Durante el transcurso de este proyecto se hará uso de información que defenderá las variables propuestas: Difusión de información (variable dependiente) y Desarrollo Académico (variable independiente); las mismas que ayudarán al entendimiento del presente trabajo de investigación.

En el capítulo II, se encuentran plasmadas varias citas ubicadas en el Marco teórico; algunas de forma textual y otras parafraseadas. Estos extractos son de distintos autores que brindan un gran soporte y respaldo a este trabajo de titulación, iniciando desde el concepto básico de la comunicación, ya que, es la base que se encuentra ligada a nuestra carrera 'Comunicación Social'. Por consiguiente, se aborda la definición y características del

podcast; terminando con los medios (plataformas streaming) por los cuales se puede transmitir diverso contenido (con la ayuda del podcast), que en este caso demuestra validez a una de nuestras variables 'Difusión de información'.

Difusión de información es la primera variable, esta se encuentra relacionada con la comunicación digital y de cómo a través de la tecnología se pueden emitir datos, mensajes e información de manera ágil y rápida, además de interacción de los usuarios por medio de las llamadas plataformas digitales, creando y compartiendo información de relevancia.

La segunda variable: Desarrollo académico, relacionada con la anterior; transmite de igual manera información de relevancia a estudiantes, para que de esta forma se instruyan en un tema determinado por medio de alguna plataforma streaming que permita subir podcasts.

Dentro de este capítulo, tenemos el Marco Contextual que justifica la razón por la cual se ha seleccionado a la Facultad de Comunicación Social como objeto de estudio y la importancia de esta en el proceso de investigación; en el Marco Conceptual se establecen los argumentos que se trabajan dentro del mismo; por último, está el Marco Legal, el cual acentúa la base jurídica de este trabajo haciendo uso de leyes y reglamentos.

En el capítulo III, se encuentra la parte metodológica y el análisis de los resultados obtenidos con respecto a la encuesta planteada a los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social.

La población con la que se trabajó es de 152 alumnos de todas las jornadas del octavo semestre de la carrera de Comunicación Social, de estos, se aplicó la fórmula para extraer la muestra de 109 estudiantes a quienes se les encuestó.

Los resultados arrojados por la técnica utilizada son que los alumnos están dispuestos a escuchar podcast para ser instruidos sobre algún tema determinado y que la plataforma a utilizar, es Spotify.

Finalmente, en el capítulo IV se encuentra estructurado el diseño de la propuesta que va acorde con los resultados analizados que la encuesta arrojó, esto ayudará a que el presente proyecto de titulación esté fundamentado en todo lo anteriormente escrito, mostrando no solo la teoría básica, sino, la planeación estratégica de la propuesta, que plasma con los objetivos, guion, presupuesto y cronograma de actividades para la pre, pro y postproducción del podcast (propuesta).

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

El mundo ha ido avanzado y las nuevas tecnologías lo acompañan. Es inevitable no poder encontrar todo lo que queremos en el Internet, a su vez, hay miles de formas por las cuales se transmiten todo tipo de información que puede ayudar al estudiante a nutrirse, mejorar, e informarse de manera constante, sin olvidar lo más importante: el desarrollo y refuerzo de conocimientos, por lo cual se puede captar fácilmente que los alumnos pocas veces toman su tiempo a estudiar. Cada vez es más difícil separar un periodo determinado para aprender algo nuevo o dedicarse con firmeza, sin distracciones, a temas que fortalecen los datos que ya son conocidos.

Es por esto que las personas buscan una manera de aprender o informarse, sin desperdiciar su tiempo, o, aprovechándolo mientras realizan otras actividades. En la web 2.0 se encuentran diversas páginas web que facilitan información de interés, aportando diferentes referencias, permitiendo la interacción entre usuarios.

La red nos ofrece diversas herramientas como el PODCAST que nos agiliza la recepción de información sobre cualquier tema de manera sencilla, el mismo que puede reproducirse y realizarse de forma gratuita, por cualquier persona que tenga algún dispositivo, con acceso a internet

En la tesis *La gestión de tutoría con el apoyo de la herramienta web 2.0: podcast, en las asignaturas de las ciencias sociales en la educación superior* enuncia lo siguiente:

[...] El podcast es una serie de archivos sonoros o audiovisuales que se distribuyen por Internet y pueden ser reproducidos mediante el streaming en una computadora o en un dispositivo portátil de audio y video digital. Además de permitir crear contenidos, también es una herramienta que se conjuga con la comunicación de información. (Sigüenza, 2016, p. 4)

El podcasting ha abierto un universo compartido entre los usuarios, los mismos podrán tener acceso a estos y generar uno de forma gratuita y posteriormente subirlo a alguna plataforma que permita su carga. La información puede ser de carácter informativo hasta entretenimiento.

“El objetivo de este formato es que la gente escuche lo que la gente quiere, cuando quiera y en sus dispositivos favoritos” expresó el experto en Tecnologías de la Información al Diario El Comercio (Calderón, 2018, segundo párrafo).

El podcast no requiere ser escuchado dentro de una franja horaria específica; puesto que, los internautas pueden tener acceso al mismo a cualquier hora, desde la comodidad de sus hogares. Últimamente, este tipo de audio, se ha convertido en uno de los favoritos al momento de elegir qué escuchar en internet.

1.2. Formulación del Problema

¿Cómo influye el uso del Podcast como medio de difusión de la información en la web 2.0 en su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de comunicación social?

1.3. Sistematización

¿Qué es el podcast y cuáles son sus diferentes maneras de utilización en la web 2.0?

¿Cuáles son las razones por las que se usa el podcast como medio de difusión de información?

¿El podcast sirve como material de apoyo con el fin de reforzar y ampliar conocimientos?

¿El podcast ayuda a los estudiantes en el entorno educativo?

1.4. Delimitación del Problema

1.4.1. Objeto de investigación

Estudiantes de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social

1.4.2. Campo de acción

Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil

1.4.3. Área

Comunicación

1.4.4. Tema

El uso del podcast como medio de difusión de la información en la web 2.0 y su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de comunicación social

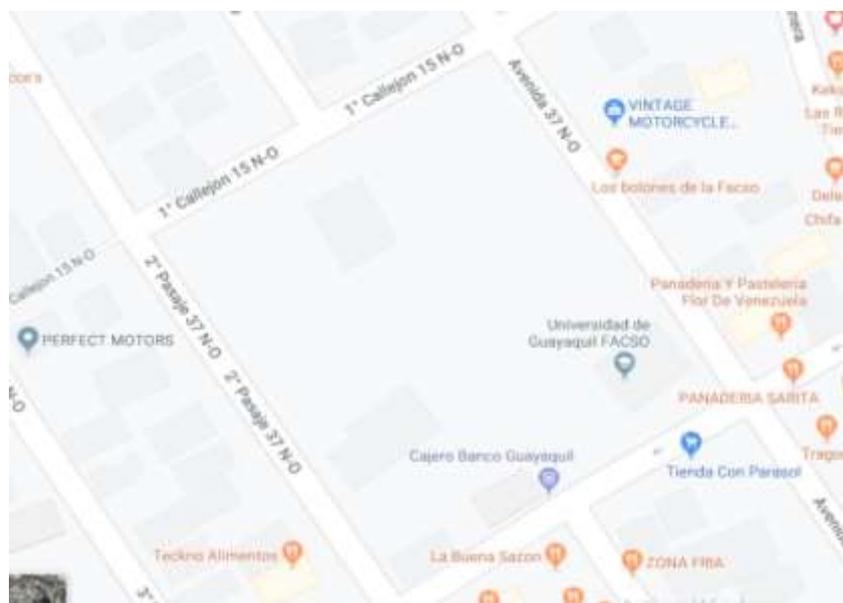
1.4.5. Problema

¿Cómo influye el uso del Podcast como medio de difusión de la información en la web 2.0 en su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de comunicación social?

1.4.6. Delimitación temporal

2020

1.5. Ubicación del Problema



Fuente: Google Maps

Se realizará una investigación de manera virtual realizando encuestas a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Analizar el uso del Podcast como medio de difusión de la información en la web 2.0 en su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes de octavo semestre de la carrera de comunicación social.

1.6.2. Objetivos específicos

- Investigar que es el podcast y cuáles son sus diferentes maneras de utilización en la web 2.0
- Identificar las razones por las cuales se usa el podcast como medio de difusión de información.
- Determinar si la implementación del podcast ayuda a los estudiantes en su desarrollo académico.
- Creación de podcasts como material de apoyo, para los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, con el propósito de ampliar y reforzar conocimientos.

1.7. Justificación

Las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) han permitido que la información se presente a través de diferentes formas posibilitando su llegada de manera eficaz e instantánea a las personas, ya que por medio de la web 2.0 estas se almacenan y brindan una mejor interacción entre los usuarios. En la actualidad, el modelo clásico de enseñanza en el ámbito académico ha quedado caduco; puesto que, la inserción de las nuevas tecnologías ha supuesto el cambio en el rol del docente: de ser proveedor de información dentro de un aula o de algún otro espacio educativo, a ser mediador y facilitador de la misma por medio de plataformas digitales.

La presente investigación se enfocará en el *uso del PODCAST como medio de difusión de la información* debido a la importancia que este ha obtenido con el pasar de los años, sobre todo en el campo comunicativo, en el cual, se ha presentado como un medio innovador que ha obtenido una gran influencia dentro de los cibermedios por su contenido variado, el mismo que no requiere de una gran suma de dinero para poder compartirlo en la red, reproducirlo en directo o descargarlo.

A pesar de ser un formato que no compite activamente en el internet, este es considerado una herramienta de audio: dinámica, sencilla, fácil de receptor, manejar y consumir para el usuario, lo que lo convierte en una novedad para las masas.

Al escoger este tema de estudio como un trabajo que beneficia a los estudiantes de comunicación, gracias al libre acceso online, se puede demostrar la disponibilidad de la herramienta (Podcast) para proveer y generar información de manera digital, impulsando un mundo ya explorado que se había dejado un poco de lado por lo visual. Participando enérgicamente ya sea de manera individual o colectiva en estas plataformas, que promueven la adquisición de estas grabaciones representadas de una forma natural, que es de agrado y cumple generalmente con el perfil del oyente.

1.8. Hipótesis

Con la utilización del Podcast, al ser de libre acceso y de fácil portabilidad, permite al estudiante una mayor comprensión con el contenido a tratar, ayudándolo a receptor la información de una forma óptima y así desarrollarse académicamente.

1.9. Variables

1.9.1. Variable Dependiente

Difusión de información

1.9.2. Variable Independiente

Desarrollo Académico

1.9.3. Operación de variables

Tabla 1

Operación de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores (evaluación)	Técnicas
V.D Difusión de información	Podcast	Factibilidad de acceso a las plataformas Streaming	Entrevistas Encuestas
V.I Desarrollo Académico	Proceso de enseñanza- aprendizaje	El conocimiento del Podcast	Encuestas

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

La llegada del internet supuso cambios en los medios tradicionales de comunicación y generó un impacto en la perspectiva global gracias a la migración digital, pues la red es un canal de transmisión que permite consumir todo tipo de información de manera inmediata, sin que aquellos medios dejen de existir, aunque se generó otra forma de compartir contenido esto no impidió que desaparezcan, sino que se adaptaran al mundo digital.

“Los medios de comunicación tradicionales no solo sobreviven porque estén en la era digital, sino porque gracias a técnicas como el marketing de contenidos, han sabido repotenciar lo que dicen”. (Creativein, 2019)

Un claro ejemplo de ello es la radio, la misma que actualmente posee muchas emisoras en plataformas online, pero que, en su comienzo en la red a finales de los años 90 ofrecía diversas posibilidades, y la idea de varios medios radiales no era hacer una radio digital; más bien, pensaban en transmitir un programa pregrabado gracias a que la web brindaba la oportunidad de almacenar y bajar archivos de audios desde cualquier parte del mundo.

El podcast surgió entre el año 2000 y 2003, cuando Dave Winer junto a otras personas, empezaron a probar la tecnología de Really Simple Syndication (RSS), con el objetivo de incluir notas de voz en los portales web de aquella época.

Gutiérrez y Rodríguez (2010), manifestaron que el podcasting como terminología, fue usado en el diario británico 'The Guardian' específicamente en un artículo en la edición digital bajo el nombre de 'Audible Revolution' haciendo alusión a la “revolución del audio amateur”, por el periodista Ben Hammersley, el 12 de febrero de 2004, el mismo que unió dos conceptos distintos para formar la palabra; el primero es 'pod' (reproductor portátil) y 'broadcasting' (difusión), naciendo de esta forma el término 'podcasting' (párrafo 1, sección La llegada del podcasting).

Sin embargo, su origen se sitúa alrededor del 13 de agosto del mismo año cuando Adam Curry, un famoso videojockey de la MTV, imitó a Winer con el uso de la RSS, para añadir archivos adjuntos al dominio www.mtv.com y en su blog en Radio Userland. Es así

que decidió crear un programa para poder gestionar los archivos de audio, al que llamó iPodder. Más tarde el 15 de septiembre de 2004 se empezó a utilizar el término y se registraron dominios relacionados a él.

Desde entonces, el podcast ha evolucionado y ha sido utilizado en diversos ámbitos; empezando como una manera de informar y entretener al público, a ser un medio por el cual se puede impartir y aprender contenido de varias ramas o asignaturas.

El podcast es una herramienta pensada actualmente para distribuir todo tipo de contenido interesante ante el público en archivo de audio, y video (pocas veces usado) que permite al usuario escucharlo en cualquier momento, y descargarlo de ser posible al no tener conexión a internet (offline) para que este pueda ser escuchado con libertad sobre cualquier tema dentro del círculo de nuestro interés.

A pesar de que el podcast en inglés tiene más exposición que en español, en Latinoamérica, el mismo no pierde su encanto al tener una variedad de acentos y temáticas que pueden variar por cada país de habla hispana. Según Banchemo, creador de Posta, productora de podcasts número uno de Argentina, a Verne, página web oficial del Diario El País: “En 2020 vamos a ver la explosión del podcast en América Latina” (2020, cuarto párrafo).

El podcast, con el paso del tiempo se ha fortalecido gracias a los avances tecnológicos y a la diversidad de contenidos que este posee; pasando de una simple forma de entretenimiento a ser algo fundamental para aprender nuevas cosas por medio de él.

Nic Newman; investigador del Instituto Reuters y autor principal del informe Digital news, explica para el diario español, El País, que el renacimiento del podcast se debe gracias a que su distribución y acceso son más ágiles, además de contar con una diversidad de temáticas de mayor calidad, por otra parte, agrega que el crecimiento de las audiencias atrae el interés de diversos anunciantes incentivando a crear más contenidos (Espinoza de los Monteros, 2019, cuarto párrafo).

Asimismo, Newman sostiene que los podcasts, cada vez más permiten comprender de manera fácil temas complejos, y lo define como un “antídoto” por hacerle frente a la saturación de noticias publicadas por redes sociales haciendo que las personas tomen un receso del internet (Espinoza de los Monteros, 2019, quinto párrafo).

Gracias a la difusión rápida del internet se puede explorar la riqueza que abunda dentro del podcast en español, de las distintas plataformas de streaming en la web. En el artículo, *La tutoría académica y la herramienta web 2.0: podcast, en la educación superior*, Sigüenza, Montánchez y Palta (2018) dan a entender que, aunque dentro del territorio ecuatoriano, no existan investigaciones que profundicen en el tema (podcast), se hallan varios sitios que exponen algunos trabajos prácticos; como es el caso de 'Un podcast del Ecuador' creado para aquellas personas que se encuentran cautivadas por la historia y cultura del país. Por otro lado, a nivel de radio digital; existen varios sitios para podcast, entre ellos están: Radio Revista Ecuador, Radio Pública del Ecuador, Radioactiva FM 88, La Ciudadana Radio, y más. Asimismo, en el ámbito educativo existe una radio universitaria perteneciente a la Universidad Central del Ecuador, usada para la difusión de noticias e información de interés colectivo del estudiantado universitario (p. 40).

Sin embargo, es un campo no completamente explorado en Ecuador, es decir, no tiene todo el alcance como lo es en Estados Unidos, el podcast ha tomado ventaja dentro de la rutina de las personas. Ya sean amateurs o profesionales, se ha escuchado un sinnúmero de temas para todo tipo de usuarios. Y ha representado una nueva forma de comunicarnos: entreteniéndolo, aprendiendo e informando.

2.2. Marco Teórico

En este capítulo se expondrán las definiciones de las bases teóricas según autores, para aportar y reforzar el presente trabajo de investigación para así ofrecer un panorama claro de lo que tratará este proyecto.

2.2.1. Comunicación

“Acto, gesto o actitud que permite trasladar mensajes entre los miembros de un grupo social o entre diversos grupos sociales” (Diccionario panhispánico del español jurídico, s.f., definición 1)

La comunicación es el proceso mediante el cual dos personas intercambian información sobre algún tema determinado, surgiendo entre estas el proceso de retroalimentación encargado de definir si es efectiva o no. Como se sabe, todo comunica y todos tenemos la necesidad de hacerlo, no importa la forma de transmisión, por medio de música, audio, habla, imágenes e incluso colores.

Según el *Manual de Comunicación para Investigadores*, sostiene que:

La comunicación es un elemento básico generador de la sociabilidad, es a través de ella que el hombre se nutre y preserva su carácter como ser eminente de convivencia, además de promover la solidaridad social y el espíritu cooperativo entre los grupos (Fundación Universidad Autónoma de Madrid, s.f., p. 4)

Este concepto varía de acuerdo con los autores, pero siempre dando el mismo significado: expresar emociones, experiencias, una necesidad, etc.

De acuerdo con el artículo *La Comunicación*, se define a la comunicación como el proceso mediante el cual dos personas intercambian información sobre algún tema determinado, rompiendo las barreras de superficialidad para entablar una comunicación que va más allá de solo expresar algo vago, sino de mantener vínculos en los cuales las emociones, opiniones, sentimientos e ideas estén de por medio en la conversación. En toda comunicación se haya presente elementos que define a este proceso complejo; por un lado, se encuentra el emisor y del otro el receptor, pero para que aquel proceso sea efectivo, debe de existir la retroalimentación o también llamado feedback, el cual tiene que ser mutuo entre los implicados (Gómez, 2016).

Como ya se conoce, la comunicación es cambiante dependiendo del lugar y de las personas que la practiquen; en los diferentes grupos sociales se emplean un sinnúmero de jergas que hacen de este proceso único (un ejemplo de ello puede ser a causa de las lenguas habladas en los distintos países o localidades)

Según el diccionario de la Real Academia Española, RAE por sus siglas, brinda un significado para la palabra 'jerga': "Lenguaje especial utilizado originalmente con propósitos crípticos por determinados grupos, que a veces se extiende al uso general" (s.f., definición 2).

Las jergas son manejadas en la sociedad y estas dependen del grupo al que pertenezcan, estas cambian de acuerdo a la zona geográfica y al estatus social.

Dobkin y Pace (2007), expresan que la fuerza de la comunicación puede moldear identidades, crear relaciones, influir en el ambiente y cambiar la cultura. Además de abarcar desde una conversación informal con amigos hasta la transformación de una persona consumidora de publicidad, programas de televisión y películas (p. 5).

Como se expresa en la cita anterior, la comunicación es diversa y comprensible, de este modo hace más ágil el hecho de poder formar vínculos con otras personas, un ejemplo

claro de ello son los individuos que hacen uso de terminologías que a menudo no son empleadas en el habla cotidiana, pero que son utilizadas por otros para expresar algo dentro de su círculo social. Este tipo de cambios son necesarios para forjar lazos entre equipos o grupos con el objetivo de entender las ideas que se intercambian entre sí, además para mejorar el trabajo grupal dentro de un área.

Por su parte, Fonseca (2005) discierne a la comunicación humana por su forma cambiante y continua, enfatizando en las características sociales de su naturaleza, la misma que se encuentra integrada por personas bajo un mismo grupo que intercambian ideas para influir entre ellos mismos con el fin de informar, entretener, persuadir o actuar (p. 24).

Al principio de los años, la comunicación era entendida por medio de sonidos guturales emitidos por nuestros antepasados, además del uso del arte rupestre, señales de humo, entre otros signos y símbolos usados para expresar sus emociones. A medida que los grupos sociales iban creciendo, este sistema iba evolucionando gracias a los inventos y avances tecnológicos que permitieron su perfeccionamiento.

Desde un hombre que baja de los árboles y camina solo con sus piernas hasta otro que tiene la habilidad de crear el fuego, (los llamados “Homo”) han ido construyendo las bases exactas para ir incluyéndose dentro de una sociedad.

Podrá llegar al punto de incorporar dentro de sus virtudes la facilidad de la lengua y el lenguaje para posteriormente, ir empleando en lo que ahora se le conoce como comunicación. (Gómez, 2016, p. 5)

La comunicación en tiempos remotos ha vencido los obstáculos geográficos como: mares, océanos, montañas y ríos, pero nada de esto importó para traspasar fronteras para poder comunicarse con los demás. Con ahínco y energía, diversas creaciones surgieron con la finalidad de mejorar la calidad de vida de las personas, incluso, alcanzando siglos para perfeccionar dichas obras y optimizar las vías de comunicación.

Estas vías fueron de suma importancia en su tiempo, antes de la llegada de era digital. Entre estas están: las fluviales, marítimas, terrestres y aéreas. Entre los inventos destacados que permitieron la comunicación y que fueron la base para que otros creadores puedan seguir perfeccionando dichas invenciones, están: el correo, el telégrafo, teléfono, fax, radio, etc.

Para Santos (2012), la comunicación se ha vuelto parte cotidiana de las personas, involucrando distintos emisores, receptores y canales para transmitir un mensaje, ya que este es un proceso dinámico estructurado en un contexto específico, interviniendo fuerzas

políticas, sociales y económicas. Cada persona interpreta y analiza el mensaje acorde a sus creencias y experiencias que ha obtenido a lo largo de su vida. Es decir, que esta es entendida de diferentes maneras según las ideologías que las personas posean (p. 10)

A lo largo del tiempo esta ha ido evolucionando, cada día se ha ido facilitando los procesos comunicativos para que las personas obtengan de forma simple y hacedera los datos procesados.

Para Fonseca et ál. (2011), la comunicación es un fenómeno social que varía y se altera dependiendo del pensar del hombre y las diferentes modificaciones que el lenguaje pueda tener en el tiempo, también sostiene que la retroalimentación es fundamental para que los individuos participantes de este proceso interactúen.

La llegada del internet ha supuesto un cambio positivo en los procesos comunicativos, añadiendo características únicas como la inmediatez, la presentación de la información en diferentes formatos, nuevos conocimientos culturales y sociales, intercambio de datos a larga distancia, no posee límites de tiempo-espacio, entre otras.

En el apartado *Educación y tecnologías de la información y la comunicación*, Vivanco (2015) manifiesta que las nuevas tecnologías colaboran con el crecimiento del conocimiento, permitiendo que el tráfico de la información continúe de manera constante. Sin embargo, también se observa que este aumento va acompañado de otro desarrollo, también ascendente, ligado a una sensación de saturación a tanta información, impidiendo la posibilidad de entablar relaciones necesarias y relevantes para comprender su significado, y así poder criticarlo, discutirlo e interiorizarlo (p. 306).

De esta manera, se hace referencia a que las tecnologías de la información y comunicación han hecho que la comunicación se desarrolle, pasando de una forma unidireccional, a otra que se da digitalmente permitiendo la retroalimentación, es decir, el intercambio de opiniones o ideas en la web por medio del uso de teléfonos inteligentes, por lo cual el mensaje puede llegar en diferentes formatos, pues a las personas les ha tocado decodificar y adaptarse a estas nuevas maneras de comunicar. Pero esto no quiere decir que el sistema tradicional ha quedado caduco, sino que estas tecnologías han surgido para renovar a la comunicación.

2.2.1.2. Comunicación digital

Con la era globalizada, todo ha emergido a lo digital para no sucumbir o para reforzar sus procesos, este es el caso de la comunicación digital, cuyo sistema se da por

medio del uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) permitiendo el ágil envío de mensajes y signos, que posteriormente serán decodificados por el receptor a través de una pantalla.

Según ESDESIGN, el concepto de comunicación digital comprende todos los “métodos y herramientas utilizados para transmitir mensajes a través de un medio digital” además menciona que la importancia radica en su eficacia y rapidez al momento de enviar y recibir un mensaje, además, que “no es un método muy costoso y, gracias a la amplia gama de recursos y herramientas disponibles, la comunicación digital está al alcance de todo el mundo [...] y permite la interacción [...]”. (2018)

Por otra parte, las plataformas digitales han permitido que cualquier persona sea generadora de información, a lo que Nuñez manifiesta que “cada cibernauta es un periodista actual o potencial y mucha gente lo ejerce, sin mayor formalidad y, mucho menos criterio y metodología” (2005, p.27).

En la cita anterior, hace mención que la comunicación digital se desprende de la comunicación social, puesto que, cuando una persona que está enviando una serie de correos, hasta una madre que está ofreciendo recomendaciones a sus hijos vía WhatsApp con el fin de generar mensajes que apoyen a su actividad económica, individual o cultural, ya está generando información por los medios digitales, definido por Gomes como “espacios en los que se genera la comunicación y el intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales, ya sean empresas, bloggers o sitios de noticias”. (2019)

En conclusión, la comunicación digital es el proceso por el cual una persona puede ser generadora y consumidora de información haciendo uso de las conocidas plataformas digitales, y que, a su vez, le facilite el proceso de búsqueda y creación, añadiendo eficacia y rapidez a los medios digitales.

2.2.2. La Web 2.0

“El término Web 2.0 hace referencia a la evolución que ha experimentado el servicio web. En constante progresión, ha pasado de unas primeras páginas estáticas en HTML (Web 1.0), a [...] cambios que se intuyen ahora son más profundos y complejos” (Ribes, 2007, p. 1).

Este concepto (Web 2.0) apareció por primera vez en 2004, durante una reunión que contaba con la participación de O'Reilly y MediaLive Internacional. En dicha sesión, Dale Dougherty, pionero de la web y vicepresidente de O'Reilly, expuso que esta iba ganando territorio en la vida de las personas, puesto que, nuevos sitios y aplicaciones estaban naciendo en ella con una velocidad impresionante.

Este término se le acuñó a la web, para referirse al nacimiento de un nuevo espacio cibernético en el cual había mayor interactividad y un mogollón de páginas que ofrecen una mejor interfaz dinámica, en pocas palabras, la web 2.0 es la evolución de la web; una nueva versión de esta.

La web 2.0 es un espacio virtual en el que convergen las personas para el intercambio de información a través de las plataformas y de las posibilidades que esta ofrece.

Como ya se sabe, esta ha abierto muchas posibilidades para los cibernautas. En el texto, *La web 2.0: un análisis de su impacto en lo social, político, cultural y económico*, Becerril et ál. (2012) expresan que la web 2.0 establece el uso de mantener interacciones sociales de forma virtual, consiguiendo eliminar las distancias y limitaciones de tiempo en estas relaciones. Ejemplos de ello se pueden encontrar en numerosas aplicaciones en línea tales como: Facebook, Twitter, etc. Es por este motivo que a la versión 2.0 se le llama la web social o colaborativa (p. 25).

De esta forma, se explica el rol activo del usuario dentro de la web, puesto que ha ofrecido un sinnúmero de posibilidades para que los internautas interactúen entre sí por medio de las plataformas digitales, además de tener la jurisdicción de dar su punto de vista y ser a la vez generadores de información, convirtiéndose en lectores-escritores.

Con la ayuda de las redes sociales, los cibernautas tienen más participación en internet, permitiéndoles impulsar sistemas de gestión abiertos y fáciles de usar, por ejemplo: blogs y wikis. De tal manera, las personas se apoderan de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), ya que, desde su aparición, los nuevos métodos de comunicación en los entornos virtuales, aumentan considerablemente en el campo digital (Vargas, 2008).

En el nuevo modelo los usuarios son copartícipes en la generación y publicación de los contenidos de las páginas web [...] Un wiki permite que se escriban artículos colectivamente, co-autoría por medio de un lenguaje de wikitexto editado mediante un navegador. (Becerril et ál., 2012, p. 25)

En las citas anteriores, se alude a la mayor interactividad que los usuarios han ganado gracias a la web 2.0 y el rol importante de esta al momento de generar contenido o establecer lazos comunicativos entre usuarios. Como conclusión, la web 2.0 ha llegado a facilitar los procesos comunicativos convirtiendo además a los usuarios en creadores de información, eliminando distancias y otras limitaciones que impedían que estos se relacionen entre sí.

2.2.3. Podcast

“En términos técnicos el *podcast* es una serie de archivos sonoros o audiovisuales que se distribuyen por Internet y pueden ser reproducidos por *streaming* en una computadora o en un dispositivo portátil de audio y video digital” (Márquez, 2013, p. 62).

En términos más sencillos el podcast es una herramienta de comunicación de la Web 2.0 que sin necesidad de una emisora o de la infraestructura de una radio, distribuye información trascendiendo fronteras, es decir, que la persona que recepta el contenido a través de este medio, puede escucharlo en cualquier momento o lugar gracias al acceso de diferentes plataformas.

El podcast, en audio, viene en formato MP3 o ACC y tienen una compatibilidad con todos los dispositivos o equipos reproductores; se caracterizan por ser fáciles de realizar y por su tamaño de espacio reducido, en ocasiones pesan menos de 10 MB o pueden sobrepasar ese límite dependiendo del tiempo que dure.

Sin embargo, este también puede presentarse en vídeo tomando el nombre de videocast o vodcast. A diferencia de los podcasts de audio, estos son más complicados en el proceso de creación, debido a que es como cualquier otro trabajo de producción audiovisual e implica tiempo para su planificación, grabación y edición; sin contar la cantidad de espacio que toma su descarga y que este requiere una conexión de internet banda ancha que sea estable.

Puede ser, dependiendo del autor (podcaster), diferentes episodios de un mismo programa, grabaciones de algún segmento de radio o televisión ya emitido, y cualquier información que aporte sobre un tema determinado o interés. Los mismos que conducirán sin esfuerzo o influencia externa a que personas interesadas se unan a distintas comunidades que tienen por conexión argumentos, gustos o ideas afines.

Las características que se presentan a continuación:

[...] Permiten entender la razón por el cual el podcast es un medio ideal para la distribución y generación de conocimiento e información colectiva con propósitos informativos, interpretativos, de opinión, educativos, de entretenimiento, publicitarios, y de distribución de contenidos de ficción o cinematográficos.

- Funciona bajo el esquema on-demand (bajo demanda).
- Rompe las barreras espacio temporales.
- La información suele ser atemporal.
- Los contenidos suelen ser de interés global o particular.
- Diversidad de géneros.
- Diversos objetivos comunicacionales (informativo, de opinión, de entretenimiento y educativo).
- Está sujeto al lenguaje audiovisual.
- El grado de complejidad en el lenguaje audiovisual y escrito varía dependiendo el tipo de podcast.
- Duración de 30 segundos hasta media hora.
- Entretenido, interactivo y útil. (Márquez, 2013, pp. 116-117)

2.2.3.1. Podcast educativo

Mark Murray, Master de educación, enfatiza en las ventajas pedagógicas del audio, afirmando que la palabra hablada puede influir en la cognición de la persona que escucha, depositando a la vez motivación; todo esto transmitido de forma directa a la persona que atiende el respectivo audio. Por otro lado, la voz es personal y las frecuencias de la voz humana permiten ajustar la entonación, inflexión, fraseo, ritmo, volumen y timbre. El podcast, ha demostrado adaptarse a las necesidades educativas dándole un nuevo giro a la educación gracias a la facilidad de acceso y almacenamiento de datos (Murray, 1990).

El podcast, en el ámbito educacional, debe estar dirigido a un público en específico, elegir la frecuencia con la que se desarrollarán contenidos: sea diario, semanal o quincenalmente, además de auto preguntarse cuál es la motivación e interés que el estudiante podría tener al escucharlo, y para ello, es necesario crear un feedback para saber en qué magnitud se ha influido sobre ellos.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) no solo infieren poner en marcha los procedimientos de enseñanza y aprendizaje de manera asertiva y oportuna,

simultáneamente necesitan de un proceso de intervención que produzca resultados conforme a los objetivos planteados de manera previa (Saborío, 2018).

La llegada de las TIC, no supone quitarle rol al docente, más bien, han llegado para que aquellos profesionales de la educación tengan métodos más sólidos y efectivos de impartir conocimientos a sus pupilos.

En la *Guía de podcast para educadores*, Williams (2007) sostiene que el podcast, expuesto a un entorno adecuado de aprendizaje, es una forma óptima de proporcionar información, en especial a estudiantes que se les facilita el método de formación académica auditiva. La capacidad de reproducir y pausar también lo convierte en la herramienta apropiada para sobrellevar los desafíos y necesidades educativas, así como todos los alumnos que desean aprender por repetición (p. 48).

Según el portal web, SIGEDU (Sistema Integral de Gestión Educativa), manifiesta que: “El estudiante desarrollará habilidades de expresión verbal, ya que tendrá que entender los conceptos para explicarlos claramente. De esta manera, el docente tiene la oportunidad de utilizar el podcast como una herramienta de evaluación indirecta” (Tobar, 2017)

El podcast, ha demostrado adaptarse a las necesidades educativas dándole un nuevo giro a la educación gracias a la facilidad de acceso y almacenamiento de datos.

Los podcast son una de las herramientas de la Web 2.0 que mejor se han adaptado a entornos educativos. El hecho de que se trate de un instrumento de carácter fundamentalmente sonoro, dada la menor implantación de los podcast de vídeo (videocast o vodcast), ha propiciado su vinculación con aquellas características vinculadas a otros métodos educativos basados en audio [...] (Piñeiro y Costa, 2011, p. 125)

El podcast es una herramienta que se ha adaptado al entorno educativo, de esta manera la utilización de la misma es asociada con facilidad por poseer efectos de carácter positivo y proyectar interés en los estudiantes por los contenidos atractivos y variados sobre distintos temas, promoviendo la imaginación (Piñeiro y Costa, 2011).

Con esta metodología moderna de enseñanza, se podría llegar de forma directa a la mente del estudiante, además de tener siempre en su poder el material sonoro para que lo pueda reproducir en cualquier momento y lugar en el que se encuentre. Al mismo tiempo, ellos pueden ser generadores de contenido sonoro académico, para así reforzar sobre temas que quizás a otros estudiantes no les haya quedado claro.

Es por esto, que la enseñanza en estos tiempos ha mutado, pasando de ser totalmente presencial a utilizarse aulas virtuales y herramientas únicas de la web 2.0 que agilitan la comprensión de los alumnos sobre temas complejos.

En conclusión, el podcast ha mejorado la educación y ha innovado los métodos de aprendizaje, abriendo un nuevo camino hacia un mundo en donde no solo los docentes pueden impartir sus conocimientos, sino que los estudiantes también participen en su realización.

2.2.4. Podcaster

El podcaster es la persona interesada en los procesos de preproducción, producción y postproducción del podcast, convirtiéndose en la realizadora, muchas veces editora y locutora del proyecto

Empezando el proceso desde cero, un podcaster puede llegar a hacer desde un amateur hasta un profesional, pero lo verdaderamente importante es su finalidad ¿Qué es lo que quiero compartir? y ¿De qué manera lo voy a compartir? llegando a transmitir un sinfín de temas de interés, haciendo uso de todas las herramientas necesarias para llegar a un resultado satisfactorio.

Es por esto que Sigüenza menciona que el resultado final tras la edición o postproducción es un archivo con extensión MP3, WAV o WMA y por eso hace énfasis en recomendar que:

[...] El archivo a subir sea MP3 para evitar problemas de incompatibilidad con los reproductores de la mayoría de los oyentes. Una vez en la red los usuarios podrán escucharlos en sus ordenadores o descargarlos en sus reproductores MP3 o en los móviles para llevarlos siempre y poder escucharlos en cualquier momento. (2016, p. 36)

El podcaster puede identificarse como un creador de contenido, el cual trabaja de manera libre, creativa y entretenida con previsión de la agenda (de qué y con quien se trabajará) mezcla de sonidos y sobre todo el instrumento más importante -la voz-

Sin quitarle crédito a lo más utilizado (no por todos) -el guion- donde se ve reflejado la participación de cada método e instrucción utilizada dentro de la grabación.

2.2.5. Podcasting

En el artículo sobre el *Movimiento podcaster: la nueva concreción de la radio libre*, Godínez (2015) expresa que el podcasting es un gran ejemplo de cómo el soporte radiofónico no solo coexiste, sino que continua y se mantiene en la red. Además, explicó que la hace atractiva gracias a las características que la diferencian y la hacen destacar, utilizando el sonido, la cercanía e intimidad (siendo personal) y accesibilidad. (pp.147-148)

Referido no solo como la acción o la práctica de crear archivos de audio digitales que se pueden reproducir, compartir y descargar una vez ya publicados, sino, también como un “repositorio en internet de archivos multimedia” (Sigüenza, 2016, p. 18).

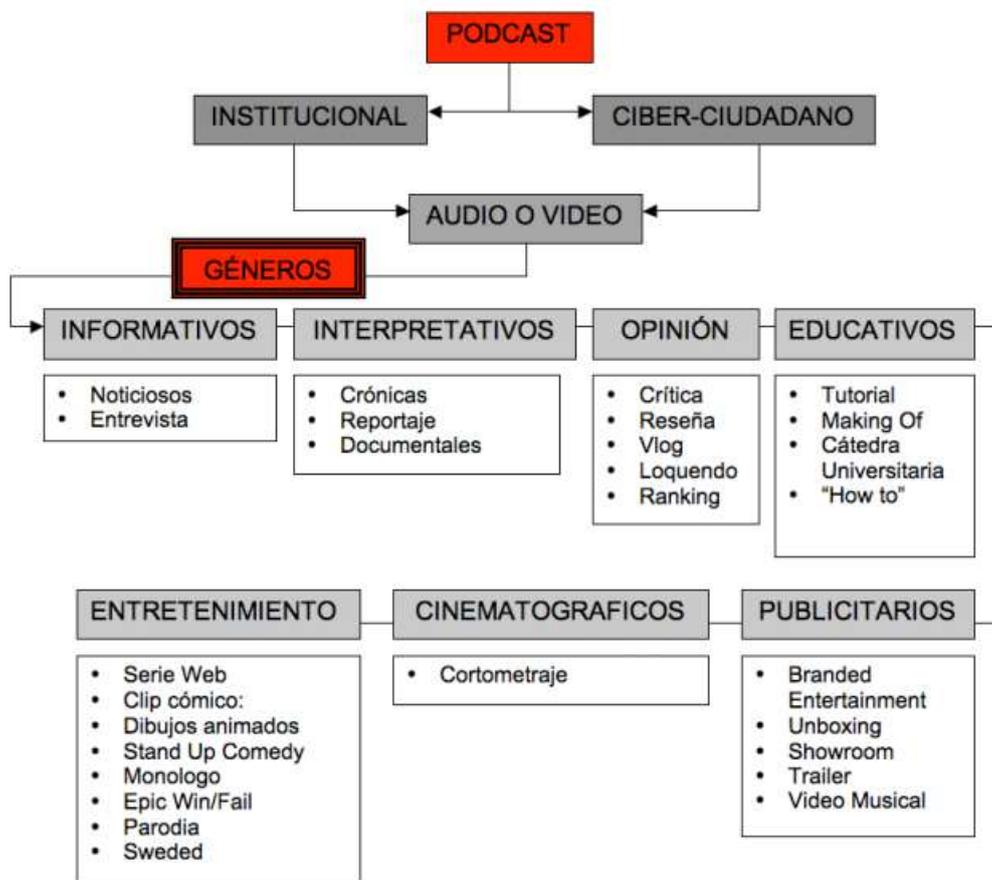
Centrándose en el fenómeno comunicativo o también mencionado como servicio de podcasting, este desglosa al podcast en institucional y ciudadano o como lo explica Márquez uno “caracterizado por la retransmisión de la programación de televisión y radio, es decir, emisiones pregrabadas e insertadas en la Web 2.0 [...]mientras que la característica principal del podcast “ciudadano” es la libre creación de contenidos para la web, es decir, programación creativa, distinta propositiva y crítica”. (2013, p. 71)

Mostrando la labor de difusión y el compromiso con el oyente el podcasting se muestra al público con diferentes géneros que presentan programas de larga duración donde se abordan temas ya sea de manera específica o miscelánea.

Los géneros, algunos tomados de los medios de comunicación adaptados a la red u otros que nacieron dentro de ella, se exponen en el siguiente mapa conceptual:

Figura 1

Clasificación de los géneros del podcast



Nota. Reproducido de *Clasificación de los géneros del podcast* (p.72), por M. A. Márquez, 2013, Universidad Nacional Autónoma de México. Todos los derechos reservados [2013] por Licenciatario. Reproducido con permiso del autor.

Los más escuchados o comunes pueden encontrarse fácilmente en las diversas plataformas, desde una crónica narrando un hecho histórico, hasta un monólogo o una parodia contando una historia de manera humorística. Donde se hace presente y es esencial la presencia de elementos básicos como son: la voz, la música, los efectos y el silencio que, aunque utilizados en el medio radiofónico no les quita la importancia de su consumo en el mundo digital.

2.2.6. Plataformas streaming

“Se conoce como streaming a la transmisión continua e ininterrumpida de audio y/o vídeo a través de Internet, donde, ésta se transmite desde una máquina que funge como servidor, y hay una o varias máquinas que actúan como clientes” (Meza, 2012, p. 13)

Las plataformas streaming se convirtieron en innovación comunicativa al permitir añadir como características nuevos elementos que la catapultan como un espacio de difusión y distribución digital de contenido multimedia (audio o video).

Todas estas características implementan un espacio enfocado para la reproducción y descarga de diversos productos, como es el caso del podcast que a continuación se nombrará a las cinco plataformas streaming que se consideran importantes en este 2020:

SoundCloud: Plataforma de distribución en línea de música, audios y podcasts, fundada en el año 2007 en Estocolmo, Suecia. Actualmente con más de 200 millones de usuarios. Permite subir gratis hasta 3 horas de audio, ofreciendo también opciones de pago mensuales. Empezando en el podcast, como un feroz competidor de Spotify, abriendo una beta a un grupo específico en 2011 con características para el podcasting, liberándolo así en el 2015 para toda la comunidad.

Spotify: Multiplataforma, empleada para la reproducción de música y podcast, fundada en el año 2008 en el mercado europeo (con sede en Suecia), mientras que en el campo internacional a lo largo del año 2009. Servicio gratuito con publicidad, más el servicio Premium. Actualmente tiene 286 millones de usuarios activos mensuales, incluidos 130 millones de suscriptores de pago. Empezando en el podcast, como nueva función añadida junto a los clips en video en el año 2015, intentando posicionarse como el *soundtrack perfecto*, por la cantidad y variedad de contenido para una mejor experiencia.

Google Podcast: Lanzada en el año 2018, es una aplicación gratuita desarrollada por Google para la reproducción y descarga de podcasts. Al ser una aplicación reciente no se ha encontrado mucha información sobre la misma.

iVoox: Plataforma gratuita empleada para el almacenamiento y reproducción de radios y podcast. Fundada en el año 2008 en España, gracias a Juan Ignacio Solera.

Apple Podcasts: Aplicación dentro de la tienda de contenidos multimedia de Apple separada de iTunes por el cierre del mismo en el año 2019, donde se pone a disposición del

usuario cientos de miles de podcasts gratuitos, ya sea en streaming o descargados en dispositivos Apple.

2.3. Marco contextual

Figura 2

Facultad de Comunicación Social – Universidad de Guayaquil



La Facultad de Comunicación Social legalmente surgió como un curso de periodismo realizado por la Facultad de Filosofía, el 8 de marzo de 1945. La Asamblea Nacional constituyente creó mediante decreto legislativo la escuela de periodismo en la Universidad Central de Quito y en la Universidad de Guayaquil, a través de una sesión presidida por el Dr. Francisco Arízaga Luque y acompañado como secretario general, el Lic. Pedro Jorge Vera. Luego de estar legalmente nombradas como escuelas de periodismo, la Universidad Central funcionó de manera inmediata, mientras que la Universidad de Guayaquil abrió sus puertas en 1948.

La FACSO alberga cualquier cantidad de estudiantes; siendo el futuro y orgullo de la misma. Jóvenes, dispuestos a ser las voces de la comunidad y a realizar un periodismo comprometido con la verdad y la sociedad.

Los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social tienen como objetivo hasta la actualidad, de ayudar a transmitir el mensaje de manera eficiente, informando, convenciendo y guiando la opinión pública, formando parte importante dentro del ambiente comunicacional, así como institucional, y nacional.

Esta investigación acentúa su observación sobre las instalaciones de esta institución educativa de acuerdo con los objetivos específicos planteados acerca de este proyecto, puesto que los estudiantes que aquí asisten son relevantes para el proceso, ya que ayudarán a consolidar las bases de esta investigación y definirán de mejor manera la comunicación que se da dentro de la facultad, por medio del uso del podcast como un material de refuerzo educativo.

2.4. Marco conceptual

Web 2.0: Es el espacio digital que alberga internet en cual se haya un sinnúmero de datos, plataformas, blogs, etc., es aquí donde los usuarios interactúan entre ellos de forma rápida y sencilla.

Podcast: Es un tipo de archivo de audio, también presentado en forma de video. Este formato puede ser de diferente índole de acuerdo a la línea del autor, además de ser una herramienta de la web 2.0, esta puede ser escuchada off-line en cualquier momento y lugar.

Archivos sonoros: Son la fuente de información auditiva recopilada y catalogada, la misma que es conserva en un repositorio y a su vez difundida.

Plataforma Streaming: es aquella en donde los usuarios pueden acceder a un sinfín de contenidos en forma de audio o video sin ser interrumpido haciendo uso de internet.

Podcasting: Este término alude a la transmisión de podcast a través de alguna plataforma streaming, es decir, la difusión de este (podcast).

Offline: fuera de línea. Estado de desconexión de una red.

Las TIC: Tecnologías de la Información y la Comunicación. Son las herramientas que se utilizan en el proceso de intercambio, transmisión y almacenamiento de información.

Plataformas digitales: Son lugares por los cuales se puede almacenar todo tipo de información en la web.

Cibermedio: Canal por el cual se transmite el mensaje. Haciendo referencia al medio electrónico por el cual se transmite un mensaje.

Online: En línea. Término que hace referencia al estado de conexión de una red.

Migración digital: Resultado del traspaso de medios tradicionales a la red.

Comunicación: Es el intercambio de mensajes que se da entre dos personas o más ya sea de forma presencial o a través de un computador o smartphone, este proceso para que sea definido como efectivo debe existir el feedback (retroalimentación), esta es una necesidad porque todos necesitamos transmitir un estado de ánimo, o para expresar alguna duda, sugerencia o quizás por catarsis, la misma que se puede dar de forma verbal, escrita o visual.

Podcaster: Es aquella persona inmersa en el mundo del podcast; es quien además de locutar, edita. Esta es quien se encuentra presente en la preproducción, producción y postproducción asegurándose que todo funcione correctamente.

2.5. Marco Legal

En la Constitución de la República del Ecuador, se expresa lo siguiente:

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. [...] (Constitución de la República del Ecuador, 2008, p. 14)

En lo anteriormente dicho, se hace alusión a que cada persona de manera individual o grupal tiene derecho a recibir información, asimismo, crearla sin censura alguna y haciéndose responsable de los actos que podrían conllevar.

En la Ley Orgánica de Comunicación se estipula que:

Art. 4.- Contenidos personales en internet. - Esta Ley no regula la información u opinión que de modo personal se emita a través de internet. Esta disposición no excluye las acciones penales o civiles a las que haya lugar por las infracciones a otras leyes que se cometan a través del internet. (Ley Orgánica de Comunicación, 2019, p. 4)

Es decir, que los contenidos en cualquier formato que estén cargados en la web no serán reglados por la LOC, pero sí conllevarán consecuencias penales o civiles si estos infringen o dañan moralmente a una persona o institución. La propuesta planteada en este proyecto se basa en la creación de podcast como material de apoyo para la educación del

estudiantado de la FACSO, más no para discutir temas relacionados con políticas u otras temáticas, ni para dañar la imagen de alguna persona o entidad.

La Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación se manifiesta:

Artículo 22.- Espacios para la difusión y promoción de emprendimientos en los establecimientos de educación.- Los establecimientos de educación en todos sus niveles, deberán promover espacios para la presentación, difusión y promoción de proyectos de emprendimiento, conjuntamente con los sectores productivos de servicios reales , virtuales o simulados, sean públicos, privados, mixtos, populares y solidarios, cooperativos, asociativos o comunitarios, para que el alumnado participe en actividades que les permitan afianzar el espíritu emprendedor e innovador y la iniciativa empresarial a partir del desarrollo de aptitudes como la creatividad, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico. (Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020, p. 10)

Las universidades deben brindar la oportunidad a los estudiantes de presentar proyectos para afinar las aptitudes de los alumnos, así como beneficiarse de lo aprendido, adquiriendo experiencia en el desarrollo de trabajos.

Por otra parte, en la Ley de Propiedad Intelectual sostiene que:

Art. 5. El derecho de autor nace y se protege por el solo hecho de la creación de la obra, independientemente de su mérito, destino o modo de expresión.

Se protegen todas las obras, interpretaciones, ejecuciones, producciones o emisiones radiofónicas cualquiera sea el país de origen de la obra, la nacionalidad o el domicilio del autor o titular. Esta protección también se reconoce cualquiera que sea el lugar de publicación o divulgación. (Ley de Propiedad Intelectual, 2006, p. 3)

El podcast es conocido como un medio por el cual podemos transmitir información variada, sin olvidar que las creaciones originales están protegidas para que beneficie al autor y este decida sobre su derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir el trabajo realizado.

Con los artículos anteriormente citados, se da entender que todo individuo tiene derecho a producir y difundir información a través de los diferentes formatos y posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen, además de cumplir obligaciones, si alguna de estas leyes es infringida, puede arrastrar consecuencias penales o civiles.

Con estas citas queda expresado el sustento legal de este proyecto de titulación, dando realce a la misma, puesto que dichas leyes se ejercen dentro del territorio ecuatoriano, brindando rigurosidad a los apuntes teóricos planteados.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO Y ANÁLISIS DE RESULTADO

3.1. Diseño de investigación

Esta investigación se elabora mediante el modelo metodológico no experimental transeccional, ya que su propósito es recolectar y analizar los distintos datos que recoge la investigación sobre el tema ya expuesto, sin la necesidad de influir en los resultados del proyecto.

3.2. Tipo de investigación

El presente trabajo de investigación utiliza un enfoque documental informativo, detallando y aumentando información teórica básica, analizando las características y variables utilizadas dentro de la misma sobre el uso del podcast, con la intención de aportar conocimientos y ayudar a comprender su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes.

3.3. Metodología de la investigación

El presente trabajo investigativo utiliza el método bibliográfico, ya que al momento de realizar el estudio se acogerá a las fuentes de investigación para recopilar, observar, seleccionar y estudiar datos, con la finalidad de sustentar la información.

3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

En esta investigación las técnicas a utilizar son: cualitativas y cuantitativas, de las cuales se necesitarán para aplicar los métodos adecuados para la recopilación y análisis de datos.

3.4.1. Técnicas de investigación cualitativas

Investigación bibliográfica: Se extrajo información valiosa para la sustentación de este trabajo de investigación de libros, artículos, tesis y portales web, citando a sus respectivos autores.

3.4.2. Técnicas de investigación cuantitativas

Encuestas online: A través de esta técnica, se obtendrá una recolección de información más precisa, puesto que se realizarán un equilibrio de preguntas cerradas y abiertas, las mismas que permitirán una mejor interpretación.

Escala de Likert: Con esta, se evaluará las opiniones y actitudes de las personas con respecto al tema, arrojando así resultados más exactos, además de la aceptación de lo que se va a tratar.

Entrevista a expertos: Gracias a esta técnica, se adquirirá las opiniones e ideas para obtener la información correspondiente para su análisis.

Observación participante: Mediante la utilización de esta técnica se logrará la posterior investigación, involucrando la interacción entre investigador y objeto de estudio (sujeto observado).

3.5. Población y Muestra

La población con la cual se realiza esta investigación, consta de 152 personas (estudiantes de Octavo Semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil) cifra oficial proporcionada por la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, mediante secretaria.

La muestra con la que se va a trabajar consta de 109 personas.

Tabla 2

Valores

Nivel de confianza	Z	95%	1.96
Error de estimación	e	5%	0.05
Posibilidad de éxito	P	50%	0.5
Posibilidad de fracaso	Q	50%	0.5
Población	N		152

Fórmula:

$$N = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2 (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$N = \frac{(1.96)^2 * 152 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * 151 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$N = \frac{3.8416 * 152 * 0.25}{0.025 * 151 + 3.8416 * 0.25}$$

$$N = \frac{145.9808}{1.3376}$$

$$N = 109.136$$

$$N = 109$$

3.6. Análisis e interpretación de datos

3.6.1. Datos sociodemográficos

1.- EDAD:

Tabla 3

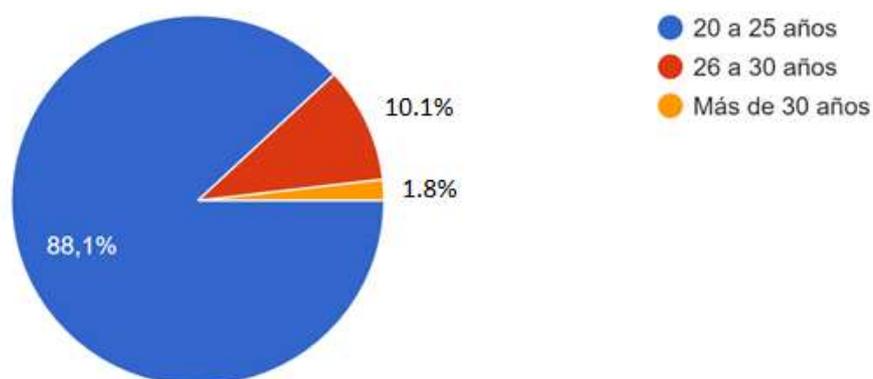
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
20 a 35 años	96	88.1 %
26 a 30 años	11	10.1 %
Más de 30 años	2	1.8 %
Total	109	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Gráfico 1

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

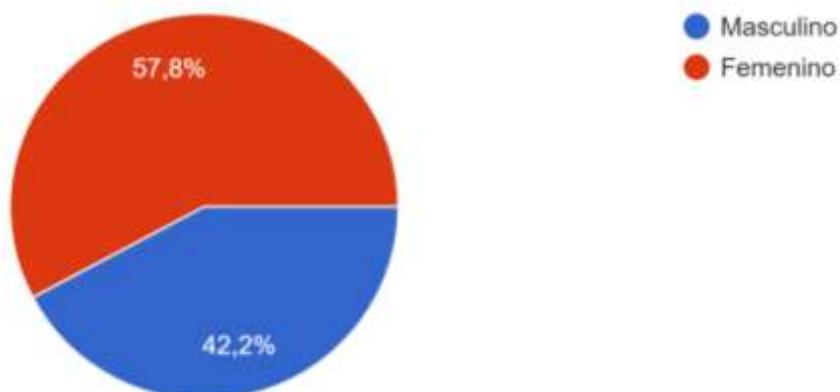
Análisis: En esta interrogante se demuestra que el rango de edad mayoritario tiene una cifra del 88.1 % demostrando que entre nuestros encuestados se encuentran estudiantes de 20 a 25 años de edad, siguiendo con una cifra mucho menor (10.1 %) estudiantes que poseen entre 26 a 30 años, y con más de 30 años, se puede observar una cifra del 1.8 %

2.- SEXO:

Tabla 4*Análisis de resultados*

Rango	Número de personas	Porcentaje
Masculino	46	42.2 %
Femenino	63	57.8 %
Total	109	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Gráfico 2*Representación gráfica de los análisis de resultados*

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Análisis: Dentro de los resultados obtenidos, se puede determinar que el 57.8 % de los encuestados son mujeres, mientras que el otro 42.2 % son hombres.

3.6.2. Preguntas de la encuesta

3. ¿Tiene conocimiento sobre el podcast?

Tabla 5

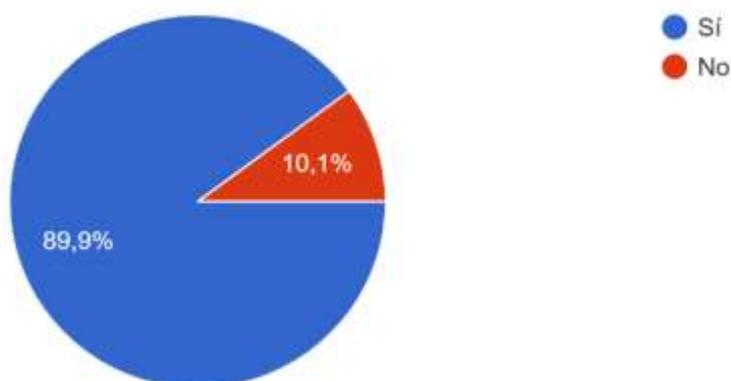
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Sí	98	89.9 %
No	11	10.1 %
Total	109	100 %

Fuente: público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Gráfico 3

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

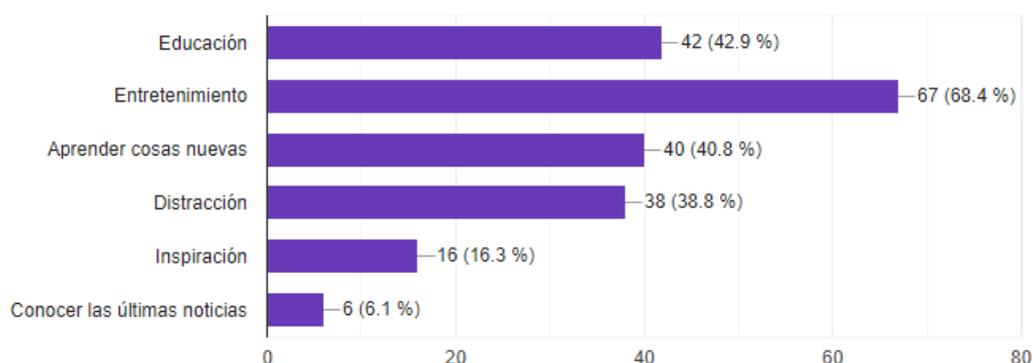
Análisis: De los resultados obtenidos de la pregunta número tres de la encuesta, se observa que el 89,9 % de los encuestados respondieron 'SÍ', dando a entender que tienen conocimiento sobre qué es el podcast, mientras que el 10,1 % indicó que no lo conoce, entonces, podemos deducir que en su mayoría saben del tema.

4. ¿Usted por qué motivo escucha podcast? (Escoger las alternativas que desee)

Tabla 6*Análisis de resultados*

Rango	Número de personas	Porcentaje
Educación	42	42,9 %
Entretenimiento	67	68,4 %
Aprender cosas nuevas	40	40,8 %
Distracción	38	38,8 %
Inspiración	16	16,3 %
Conocer las últimas noticias	6	6,1 %
Total	98	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Gráfico 4*Representación gráfica de los análisis de resultados*

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Análisis: Los resultados arrojados muestran que el 42,2 % usan el podcast para fines educativos; el 68,4 % como entretenimiento; el 40,8 % para aprender cosas nuevas; el 38,8 % para distracción; el 16,3 % como una forma de inspiración; el 6,1 % para conocer las últimas noticias. Lo que deja como resultado final, una mayor cantidad

de estudiantes que usan el podcast como entretenimiento, quedando en segundo lugar las personas que lo usan para fines educativos con un 42,2 %, de esta forma, se puede observar que hay personas que sí usan esta herramienta digital para educarse, dando peso a la propuesta para implementar el podcast con fines académicos.

5. ¿Qué plataformas streaming ha utilizado?

Tabla 7

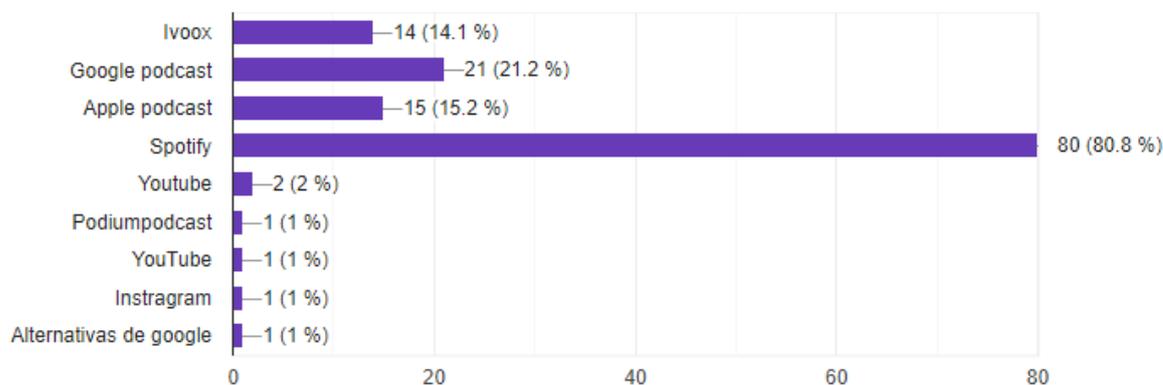
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Ivoox	14	14,1 %
Google podcast	21	21,2 %
Apple podcast	15	15,2 %
Spotify	80	80,8 %
Youtube	3	3 %
Podiumpodcast	1	1 %
Instagram	1	1 %
Alternativas de google	1	1 %
Total	99	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Gráfico 5

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Análisis: Según lo que la encuesta arrojó: un 80,8 % de los encuestados señalaron que utilizan Spotify para reproducir podcast; mientras que otra parte de los estudiantes usan Google podcast con una cifra del 21,2 %; seguido por Apple Podcast con 15,2 %; luego hay un 14,1 % que emplean Ivoox; y un 6 % acostumbran usar otras plataformas streaming. Entonces, podemos mostrar que la plataforma preferida por los usuarios al momento de escuchar podcast, es Spotify, seguida Google Podcast y de Apple Podcast; lo que queda comprobado que la plataforma que aprovecharemos para subir los podcasts, es Spotify por excelencia.

6. ¿Con qué frecuencia usted consume contenido de su interés?

Tabla 8

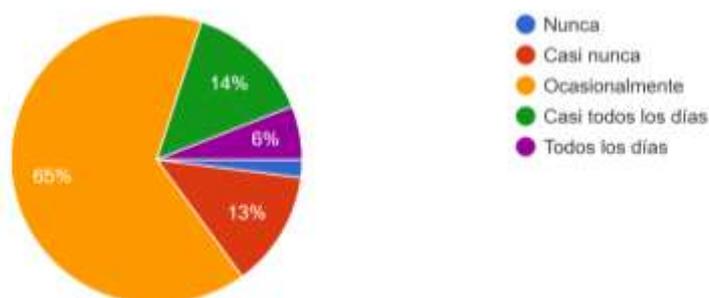
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Nunca	2	2 %
Casi nunca	13	13 %
Ocasionalmente	65	65 %
Casi todos los días	14	14 %
Todos los días	6	6 %
Total	100	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Gráfico 6

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Análisis: En esta interrogante, existe un 65 % de encuestados que escuchan ocasionalmente podcast; seguido del 14 % que lo reproduce casi todos los días; un 13 % lo hace casi nunca y un 2 % respondió que nunca han lo han escuchado. Esto da a entender que más de la mitad (65 %) escucha podcast ocasionalmente, demostrando que sí están interesados en escuchar podcast.

7. ¿Qué tipo de podcast reproduce/escucha? (Escoger las alternativas que desee)

Tabla 9

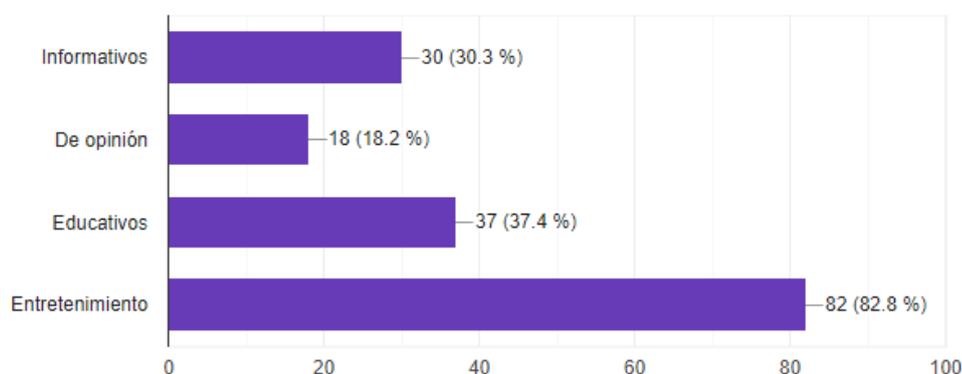
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Informativos	30	30,3 %
De opinión	18	18,2 %
Educativos	37	37,4 %
De entretenimiento	82	82,2 %
Total	99	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Gráfico 7

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

Análisis: Un 82,2 % respondieron que reproducen podcast por entretenimiento, en segundo lugar; el 37,4 % escuchan podcasts con fines educativos; mostrando así un cierto interés en querer aprender por medio de esta herramienta práctica y de fácil manejo. Pero también tenemos a quienes escuchan podcast para fines informativos (30,3 %) y de opinión (18,2 %).

8.- ¿Consideraría que el uso del podcast sería un aporte para su desarrollo académico?

Tabla 10

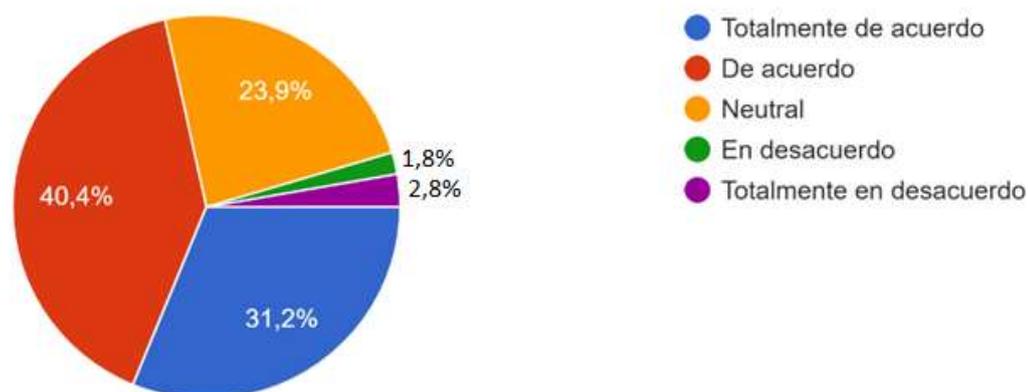
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	34	31,2 %
De acuerdo	44	40,4 %
Neutral	26	23,9 %
En desacuerdo	2	1,8 %
Totalmente en desacuerdo	3	2,8 %
Total	109	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Gráfico 8

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Análisis: Se puede determinar que el 71,6 % de los encuestados no tiene ningún problema en utilizar al Podcast como aporte para su desarrollo académico, lo que

demuestra que están abiertos a la posibilidad de usar esta herramienta como medio de aprendizaje y refuerzo, mientras que el 4,6 % afirma todo lo contrario, es decir, no desean obtener o reforzar conocimientos. Eso nos deja a un 23,9 % de estudiantes que se mantienen imparciales, pero que nos da la oportunidad de persuadir.

9.- ¿Desde qué semestre el podcast contribuiría a su desarrollo académico?

Tabla 11

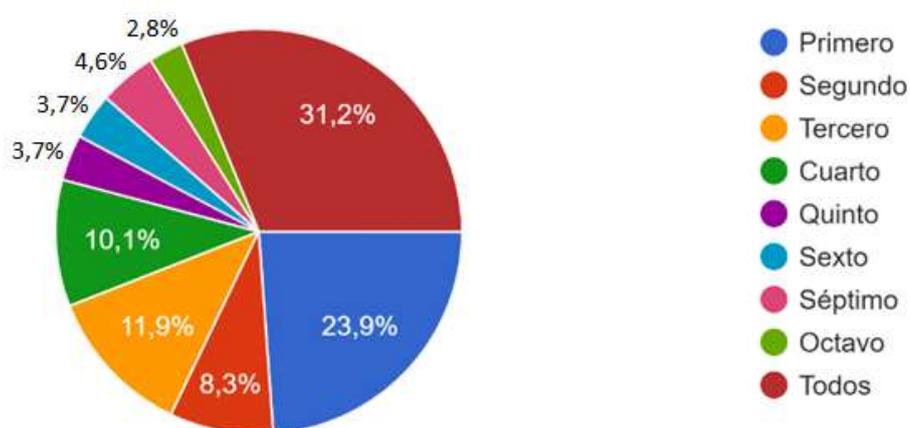
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Primero	26	23,9 %
Segundo	9	8,3 %
Tercero	13	11,9 %
Cuarto	11	10,1 %
Quinto	4	3,7 %
Sexto	4	3,7 %
Séptimo	5	4,6 %
Octavo	3	2,8 %
Todos	34	31,2 %
Total	109	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Gráfico 9

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Análisis: Los resultados obtenidos en esta interrogante con un porcentaje del 55,1 % como su mayor opción, alega que los encuestados creen que el Podcast contribuiría con su desarrollo académico utilizándolo desde el primer semestre, esto

demuestra que la herramienta que proponemos no solo puede ser utilizada por el alumnado de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social, sino, desde el comienzo de la misma, para facilitar la recepción de contenido. Mientras que el 45,1 % del público muestral expone su interés a comenzar desde el tercero, cuarto, segundo, séptimo, quinto y sexto semestre (De mayor a menor importancia).

10.- ¿Qué temáticas le gustaría escuchar? (Escoger las alternativas que desee)

Tabla 12

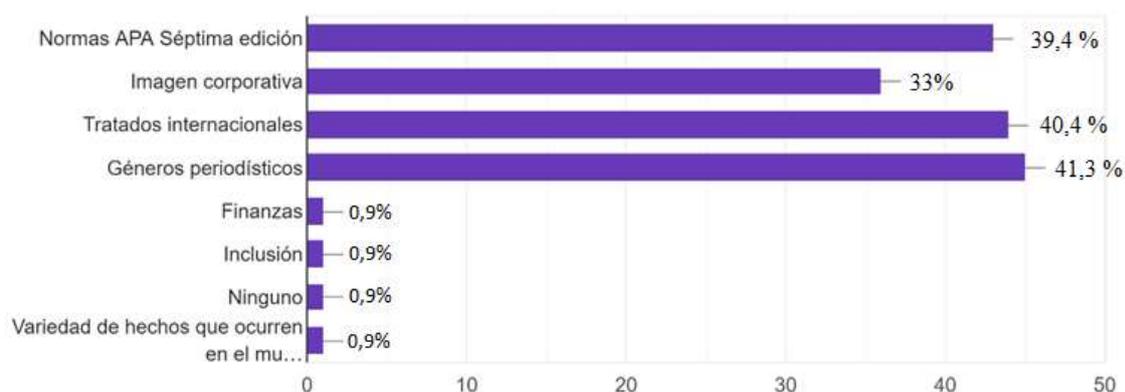
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Normas APA Séptima edición	43	39,4 %
Imagen corporativa	36	33 %
Tratados internacionales	44	40,4 %
Géneros periodísticos	45	41,3 %
Finanzas	1	0,9 %
Ninguno	1	0,9 %
Inclusión	1	0,9 %
Variedad de hechos que ocurren en el mundo	1	0,9 %
Total	172	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Gráfico 10

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Análisis: Según los resultados que se muestran en el gráfico, con una cifra del 41,3 % los estudiantes encuestados consideran relevante la temática de Géneros periodísticos, a la par de los Tratados internacionales con una cifra del 40,3 %, mientras que el 39,4 % se centran en la importancia de las Normas APA Séptima edición y el 33 % en la Imagen corporativa de las empresas, dejando un 3,6 % a otros temas que han sugerido.

11.- ¿Por qué utilizaría podcast en su proceso de aprendizaje?

Tabla 13

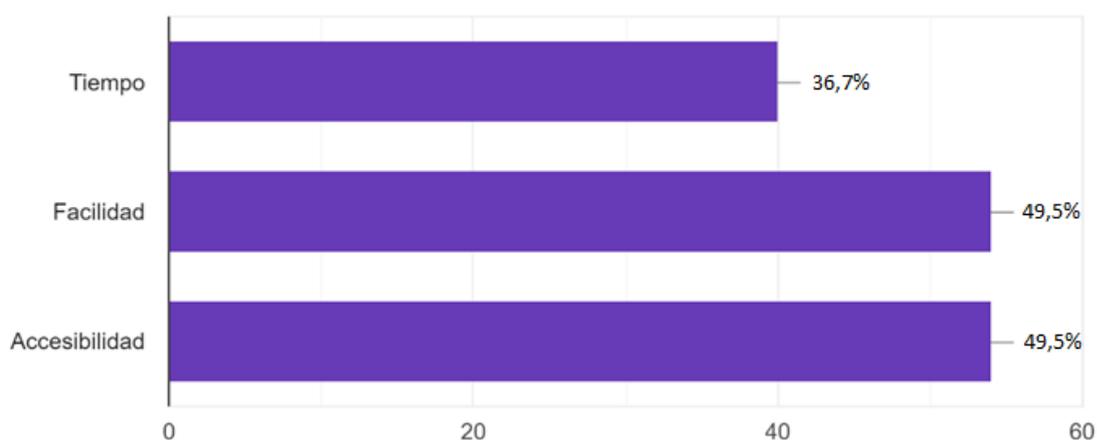
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Tiempo	40	36,7 %
Facilidad	54	49,5 %
Accesibilidad	54	49,5 %
Total	148	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Gráfico 11

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Análisis: En esta interrogante se demuestra que el rango de Facilidad y Accesibilidad tienen a la par una cifra del 49,5 %, mientras que el rango de Tiempo tiene

36,7 % indicando que las tres categorías no están tan lejos una de la otra, es decir, no difieren tanto entre cifras. Por lo que se puede percibir que los encuestados están de acuerdo que el Podcast les ofrece una alternativa diferente a lo convencional, por lo tanto, la misma tiene como ventaja la facilidad, accesibilidad y el ahorro tiempo.

12.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir podcasts?

Tabla 14

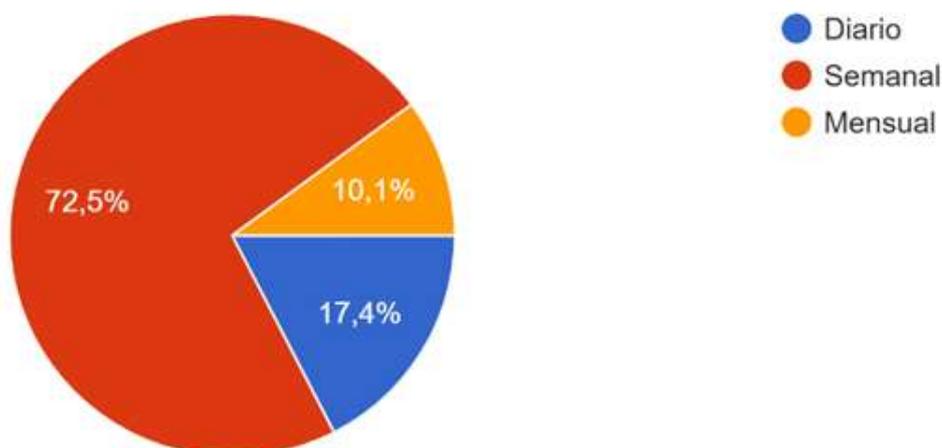
Análisis de resultados

Rango	Número de personas	Porcentaje
Diario	19	17,4 %
Semanal	79	72,5 %
Mensual	11	10,1 %
Total	109	100 %

Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Gráfico 12

Representación gráfica de los análisis de resultados



Fuente: Público muestral - Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

Análisis: Se puede determinar que el 72,5 % de los encuestados están de acuerdo con recibir Podcast semanalmente, mientras que el 17,4 % alega por consumir el contenido que se transmite por medio de audios de manera diaria, dejando como cifra al 10,1 % que prefiere que los mismos sean entregados mensualmente.

3.6.3. Comprobación de Hipótesis

Gracias al análisis e interpretación de los datos obtenidos en la estadística, en este apartado se presentan las respuestas con mayor impacto, a continuación, se determina y comprueba la hipótesis, buscando resultados satisfactorios que ayudan con la formulación de la propuesta, a su vez, con la resolución del problema y motivo de estudio de esta investigación.

Al examinar los resultados, aproximadamente un 90 % de los estudiantes conocen sobre el podcast, entonces, se demuestra que no es impedimento utilizar tal herramienta para el aprendizaje y refuerzo de conocimientos, sin tener alguna complicación de por medio.

Por otro lado, resultados arrojados muestran que el 68 % del alumnado escucha podcast por motivo de entretenimiento, y un 43 % por educación; mostrando así un cierto interés en querer aprender por medio de esta herramienta de la Web 2.0, sin dejar de lado que los audios se muestren de manera dinámica y no monótona.

Por último, el público muestral alega que escuchan ocasionalmente el podcast y consideran que el uso del mismo es un aporte para su desarrollo académico, ante esto se puede determinar que el 72 % de los encuestados no tiene ningún problema en utilizarlo, lo que señala que están abiertos a la posibilidad de emplear esta herramienta para el estudio.

De esta forma, se puede demostrar que la hipótesis que se planteó es real, efectivamente, el podcast es de libre acceso y portabilidad, permitiendo a los estudiantes desarrollarse académicamente de una forma óptima.

3.6.4. Entrevista a expertos

3.6.4.1. Entrevistado: Ariel Sandoval, estudiante de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social

Fecha: 16/03/2021

Hora: 12:00 PM



- 1. Usted como estudiante de tercer nivel, ¿Cree que los métodos de aprendizaje estén algo caducos y estaría abierto a nuevas posibilidades de enseñanza en las cuales incluya herramientas que únicamente la web puede ofrecer?**

Pienso que sí, los métodos están demasiado caducados. Lo digo por experiencia propia cuando docentes que me han tocado, todavía están dedicados a ponerte a copiar y a hacer resúmenes, que para mí eso es todo del colegio; y con la nueva era digital los métodos deberían variar, utilizando nuevas tecnologías y programas. Incluso, por experiencia personal en la universidad me ha tocado hacerlo, gracias a tutoriales, por ejemplo. Entonces, creo que los profesores al igual que los estudiantes deberíamos ser uno para el otro, tanto para los docentes aprender nuevas herramientas tecnológicas para que así nosotros tengamos un mejor aprendizaje y nosotros, poner de nuestra parte para poder aprender y así ellos nos puedan enseñar.

- 2. Como se conoce, el podcast es una herramienta de la web que consiste en un audio que puede tratar cualquier temática y que se encuentra cargado en alguna plataforma streaming, ¿Has tenido la oportunidad de escuchar alguno de los podcasts que se encuentran en la red? Y ¿con qué frecuencias los escuchas? Cuéntanos tu experiencia.**

Sí, los he escuchado, incluso mis compañeros lo han hecho. Son entretenidos. Creo que depende del contenido que hagan para que la gente se enganche y así se quede hasta el final. También he tenido la oportunidad de realizarlo para algunos trabajos de la universidad; son muy complejos ya que, primero uno tiene que saber bien el tema que va a tratar para así no aburrir a la audiencia, también debe tener buenos efectos de sonido, buena edición, buena música y tener buena modulación de voz. Creo que el podcast en sí, es una herramienta tecnológica que sigue creciendo y que se está recibiendo una gran

acogida por parte de las personas, ya que existen diversas plataformas, como Spotify. Entonces creo que es una herramienta que con el paso del tiempo a la gente y a mí, nos va a seguir interesando y la vamos a poder seguir escuchando a través de las plataformas.

3. Al escuchar podcast ¿Qué parte del mismo escuchas generalmente? Es decir ¿Te satisface escuchar unos minutos, o a tu consideración cuál crees que es la durabilidad de un podcast para que pueda mantenerte interesado?

Depende del contenido. Un podcast puede durar lo que sea, entonces creo que pende de lo que estén hablando, que el mismo sea entretenido y educativo, para que así la gente no se agobie y no se canse; es como un contenido audiovisual, si tú lo haces muy largo, pero es agradable, la gente se va a quedar hasta el final, pero si este aburre, no funciona de la misma forma, es así como creo que el contenido es muy importante.

4. ¿Qué temáticas considera importantes al momento de reproducir uno de estos audios?

Pienso que depende de las personas. Personalmente lo utilizo más cuando me encuentro realizando mis actividades diarias, ya sea lo deberes o mientras desayuno o almuerzo. Me gusta más los podcasts de entretenimiento, porque al ser foráneo, no tengo una persona con quien discutir o conversar lo que estoy haciendo, entonces prefiero este tópico porque me hace reír e interesarme más, pero también suelo escuchar los de educación, para saber cuáles son los nuevas temas y noticias, ya que es más para salir de la monotonía; y creo que los podcasts son para eso, para divertir más a la audiencia y que la gente no se aburra de lo mismo.

5. ¿Estarías dispuesto a que se implemente el podcast como parte de la enseñanza universitaria? ¿Por qué?

Totalmente, porque los profesores deben utilizar nuevas herramientas digitales, y precisamente el podcast es una buena opción que está cogiendo popularidad, es por esto que creo que los docentes deben tomar esta herramienta y mostrarla en las aulas de clase. Incluso hay buenos podcasts que existen en el internet y así nosotros también poder concentrarnos y llegar a reconocerlos, saliendo

de los métodos usuales como son el uso de diapositivas. En este caso, el podcast con un buen contenido puede generar en los estudiantes la capacidad de investigar en casa, y así seguir buscando por su cuenta datos que les ayudarán.

6. De la escala del 1 al 10, siendo este último el grado más importante, califica la relevancia que el podcast tendría dentro del espacio universitario. Argumentando tu respuesta.

Creo que un 10 siempre y cuando lo sepan utilizar, porque en |el podcast a veces hay información que no tiene nada que ver con lo educativo, entonces si se lo implementa de forma correcta en las aulas, los estudiantes vamos a aprender de la mejor manera. Un 10 siempre que los profesores también sepan manejar su contenido en las aulas universitarias.

3.6.4.2. Entrevistado: Eduardo Molestina, Founder y Co-Host en el Podcast The Network Ec.

Fecha: 16/03/2021

Hora: 14:00 PM



1. ¿Cómo puede una persona comenzar con el podcasting? ¿Es necesaria la capacitación o tener un presupuesto para poder realizarlo?

Capacitación no es necesaria, con ayuda del internet puedes aprender cómo hacerlo. Básicamente necesitas una plataforma para poder grabar o si lo pueden hacer en persona mucho mejor, y sobre todo herramientas básicas como un micrófono y audífonos para tener buen audio. En cuanto al presupuesto, todo depende de lo que tengas o necesitas contratar, en nuestro caso (The Network Ec) tuvimos que iniciar con una estimación, porque pagamos Zoom, los micrófonos, el programa donde editamos el video y audio, y también le pagamos a la persona que nos maneja las redes sociales. Entonces, definitivamente tienes que ver el alcance, lo que tú tienes que hacer con tu podcast y de acuerdo a eso tienes que establecer un presupuesto.

2. ¿Qué características debe tener un podcast para que llame la atención?

Para mí tiene que ser de nicho, tiene que hablar de un tema específico, encontrar a esas personas que te sean leales, que te escuchen siempre; y lo que más nos gusta a nosotros es el tema de periodicidad, que al hacer un podcast y transmitirlo los lunes, que sean todos los lunes, de esa forma te evitas tener que estar comunicando cada vez que sacas un nuevo episodio, si no, las personas tendrán conocimiento de que ese día en específico se van a encontrar con un capítulo nuevo.

3. ¿Porque utilizar al podcast como una herramienta para la transmisión de información? A su consideración ¿Cuáles son sus ventajas?

Considero que tener una conversación con alguien que sea extensa, que llega hasta la hora, nos permite entrar en confianza con esa persona para poder hablar del tema que queremos, y poder sacarle toda la información que necesitamos. El podcast se está volviendo como un medio de información que definitivamente está haciéndole competencia a la radio y a la televisión, porque también están entrando podcasts con video. Creo que es una nueva herramienta que está llegando a los jóvenes.

4. Al tener experiencia como podcaster, ¿nos podría contar cuales son las oportunidades que le trajo el podcast como herramienta?

Comenzamos (El Network) debatiendo de qué forma nos damos a conocer a más personas y así el día de mañana tener relaciones profesionales que nos puedan ayudar con nuestro crecimiento; es de esta forma que el podcast fue una de las respuestas que vimos y es por eso que la iniciamos. Gracias al podcast tenemos un newsletter con uno de nuestros invitados, donde estamos asociándonos; a su vez recibiendo propuestas laborales. De alguna manera te vuelves un referente en el tema, te conviertes en una persona a la cual muchos acuden para un tema de asesoría. Definitivamente es algo importante que te da exposición.

5. ¿Qué software se utiliza para la edición del audio digital y como es el proceso de grabación del podcast?

Nosotros utilizamos el programa Audacity, que nos permite hacer la edición de todo el audio del podcast. Nosotros somos un podcast (The Network Ec) que

actualmente solo nos concentramos en audio, entonces es lo único que editamos. Utilizamos la plataforma de Zoom para grabar el podcast.

6. Conocemos que el contenido que ustedes realizan, consta de entrevistas que hacen a diferentes personas destacadas que se pueden encontrar dentro y fuera del país. En base a su experiencia, dentro de Ecuador ¿El podcast tiene buena acogida por parte de la audiencia?

Sí, nosotros nos hemos enfocado en un nicho y ese nicho ha sido leal con nosotros (The Network Ec). Se espera que la audiencia crezca cada vez más con el tiempo. En Ecuador, el podcast está en una etapa de iniciación, le falta todavía mucho por desarrollarse.

3.6.4.2. Entrevistada: Andrea Carranza, M. Sc., en Comunicación Social y docente encargada del área de admisiones de la Universidad ESPO.

Fecha: 17/03/2021

Hora: 18:00 PM



1. Usted como docente universitaria, ¿recomendaría al podcast como una alternativa novedosa y efectiva en el ámbito educativo?, ¿por qué?

Yo creo que cualquier herramienta, al menos en esta instancia que estamos viviendo en el ámbito digital, sirve para poder incentivar y llevar el conocimiento a los estudiantes. Entonces, sí, el podcast podría ser una alternativa, pero no te podría decir si esta es la mejor de todas, pero sí como cualquier otra herramienta es indispensable que varíe la forma en la que se llega a los estudiantes, a lo que me refiero, es que siempre esta educación virtual exige actividades asíncronas y es importante hacer que las mismas incentiven o fomenten el interés de los alumnos, el podcast puede ser uno de ellos.

Si se les deja PDF, textos, deberes y más, obviamente va a ser más pesado la cantidad de trabajo que ellos tengan que realizar, mientras que un podcast es una alternativa que aliviana el trabajo estudiantil. Un audio bien contado puede generar mayor interés y así se puede bajar los niveles de estrés que se han visto en la actualidad.

2. ¿Considera que puede existir pierda por parte de los alumnos en la forma caduca de enseñanza que se ha venido aplicando en los institutos de tercer nivel con respecto a algún tema complejo?

Sí, podría ser, porque cada generación es distinta y ahora vivimos en una que está hiperconectada y que es mucho más visual que textual y con esto no quiero decir que dejemos a lado la lectura, ya que es sumamente importante, pero sí hay que entender que existen otras formas de presentar y consumir la información, eso es una dinámica constante en los chicos tanto de secundaria como universitarios, entonces, por supuesto que es extremadamente importante innovar y saber qué es lo que están consumiendo ahora los chicos, partiendo de ello, uno también debe actualizar los contenidos y la manera de llegar a los estudiantes para que ese conocimiento que quizás profesores están muy habituados al área tecnológica, puedan compartirlo a los estudiantes para que lo disfruten. No podría decir que el alumno se pierda, pero sí creería que generaría mayor interés que nosotros como profesores podamos incluir en la metodología la utilización de estas herramientas como una nueva forma de presentar los contenidos.

3. ¿Cree que los docentes universitarios están aptos para este nuevo método de enseñanza? (refiriéndonos al uso del podcast), ¿por qué?

Esta modalidad virtual ha caído de sorpresa a la gran mayoría de los docentes, fue algo novedosa y tocó adaptarse a las condiciones que se vivió hace un año sin ningún tipo de preparación o instrucción de cómo se iba a llevar a cabo esta modalidad, pues considero que para cada una de estas cosas, partiendo desde la utilización de la plataforma Zoom, aula virtual; ha sido un reto para todos los profesores, adultos, jóvenes, y nuevos, ya que la mayoría no estaban habituados, entonces el podcast sí es novedoso y es importante su uso, pero independiente a un maestro joven o adulto; requiere una instrucción para saber utilizarlo de qué manera y de qué forma porque cada ámbito es distinto, podcast en periodismo es distinto al que se utiliza en el ámbito educativo. Vuelvo a recalcar, para su utilización, esto requiere de una instrucción previa y en toda esta modalidad virtual, cada una de las herramientas y metodología que se utiliza, han requerido de una formación previa.

4. ¿Qué se necesitaría para poder despertar el interés de los alumnos para que escuchen estos audios?

El podcast y la radio como tal, siempre han tenido esa magia que permite a las personas imaginar lo que está sucediendo. Como no tengo la imagen como tal, a la

persona le toca imaginar para eso el contenido debe ser extremadamente atractivo, llamativo, bien estructurado; entonces yo creo que éstas son las bases que deben tener en consideración para generar el interés de los estudiantes en el podcast para que escuchen los audios, si por ejemplo enviamos un audio de una hora de alguna conferencia, pues obviamente va a ser extremadamente aburrida, pero sí utilizamos esa información y la damos de forma diferente; un poco más lúdica o tal vez como una narración, sería perfecto para de esa forma generar el interés de los estudiantes de quedarse enganchados escuchando el podcast, en sí, pasa lo mismo en cualquiera de los formatos en los que se presente.

5. A su consideración, ¿los estudiantes se desempeñarían de mejor manera con respecto a la utilización del podcast?, ¿por qué?, y ¿de qué forma favorecería a los estudiantes?

Sería muy ligero decir que los estudiantes se desarrollarían mejor con la utilización del podcast, porque efectivamente sí es un elemento atractivo que ayudaría que llegue la información al alumno de una manera distinta que no sea texto. Ahora, partiendo desde mi experiencia, podría agregar que, favorecería a los estudiantes a que imaginen de cómo se está llevando a cabo determinada información incentivándolos a mantenerse atentos a escuchar el audio, además de que ellos necesitan otro tipo de contenido que pueda enganchar su interés.

6. De la escala del 1 al 10, siendo este último el grado más alto, califique la importancia del podcast dentro de la enseñanza universitaria.

Al igual que las otras herramientas, esta también es necesaria, yo le pondría 10 con la siguiente aclaración, tanto el podcast, el video, el texto, las infografías, entre otras; son extremadamente relevantes ya que todos los que anteriormente mencioné aportarían a que los estudiantes tengan un mejor acercamiento con la información que se les intenta dar, pero no podría decirte que el uno es mejor que el otro, puesto todas las herramientas digitales son buenas, siempre y cuando sean utilizadas, y encaminadas a un objetivo.

3.6.5. Análisis integral de resultados

Según los resultados arrojados por las encuestas, estas muestran que los estudiantes están a favor de que el podcast puede contribuir al refuerzo y aprendizaje de las diversas temáticas. Lo que nos da a entender, el gran interés de los alumnos para que esta herramienta sea aplicada desde los inicios de la carrera.

En las entrevistas a expertos, se habla de lo caduco que ha quedado los métodos de enseñanza; pese a estar en una era digital, por eso, se alega que el uso del podcast ayudaría a los estudiantes a reforzar conocimientos, siendo esta una alternativa novedosa que está incursionando en el ámbito educativo. Para aquello, no se requiere ser un experto, sin embargo, se necesita tener una buena dicción y saber transmitir las ideas. Por otra parte, se recomienda al podcast como una de las alternativas lúdicas que ayudaría a que los alumnos tengan una formación académica diferente además de ayudarles a romper con la monotonía que las antiguas metodologías causan en ellos.

El podcast como herramienta digital, implementada de forma adecuada en el ámbito educativo, puede generar espacios en los cuales los estudiantes comprendan de forma clara ciertos temas, sin embargo, esto dependería de la manera en la que se entregue la información a los estudiantes, puesto que es importante que sea una alternativa que llame la atención de los mismos y que se muestre diferente a los textos académicos que en muchos casos suelen ser tediosos de leer y entender. Con esta propuesta, no se quiere dejar a un lado las metodologías que se han venido trabajando, más bien, se agregaría un plus que permitirá su refuerzo.

Conclusiones

En base al trabajo realizado se finaliza con las siguientes conclusiones:

- Para la argumentación de este proyecto, se obtuvo los datos y la información correspondiente de distintas fuentes web, que incluyen trabajos de tesis que tienen como referencia al podcast.
- El podcast es una herramienta de comunicación de la Web 2.0 que sin necesidad de una emisora o de la infraestructura de una radio, distribuye información trascendiendo fronteras, es decir, que la persona que recepta el contenido a través de este medio, puede escucharlo en cualquier momento o lugar gracias al acceso de diferentes plataformas.
- Dentro del Ecuador, el podcast no es un área muy explotada a pesar de que el mismo ya lleva años en la web.
- El podcast educativo es una herramienta que permite que el estudiante pueda por medio de este, aprender y reforzar conocimientos sobre diferentes temáticas.
- Los estudiantes estuvieron de acuerdo que el podcast es un aporte para su desarrollo académico, y que están abiertos a la posibilidad de instruirse por medio de él.
- Por todo lo indicado, este trabajo de investigación tuvo como propuesta la realización de podcasts como material de apoyo, para los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social, con el propósito de ampliar y reforzar conocimientos.

Recomendaciones

- Implementar la propuesta planteada en este trabajo de investigación y así lograr los objetivos planteados.
- Se sugiere que los estudiantes que utilizarán la herramienta se comprometan a escuchar/reproducir el material de apoyo que cada semana se subirá a la plataforma, esto con el fin de ayudar con su aprendizaje y refuerzo de contenido.
- Socializar el proyecto para que el mismo tenga un gran alcance y así pueda cubrir no solamente el octavo semestre, sino, todos los cursos de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil.
- Luego de aplicada la propuesta, junto a los directores de carrera, desarrollar un plan más detallado para la implementación de temas de acuerdo a la planificación de la malla curricular.
- Permitir el acceso a las cabinas del Departamento de Radio para la respectiva grabación y edición del podcast.

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1. Planteamiento de la propuesta: Creación de podcast para mejorar el desarrollo académico

En este capítulo se muestra la estructuración de la propuesta anteriormente mencionada, la misma que brindará soporte al presente trabajo de investigación, y que naciendo de la hipótesis demostrará cuán importante es implementar el podcast en el desarrollo académico.

Los datos analizados que arrojó la técnica empleada (encuesta), indicaron que existen estudiantes que están de acuerdo con poner en práctica la propuesta, lo que nos incita a iniciarla como soporte para su respectivo aprendizaje.

La función principal de lo planteado, es permitir el acceso al material de estudio y refuerzo por medio de podcasts a los estudiantes, con el motivo de tener una variedad de temáticas que refuercen carencias sobre algún tema visto en clases o que no haya quedado esclarecido. Por otra parte, tendrán información de libre acceso para que sea reproducida desde cualquier lugar.

Unas de las características de esta propuesta, es su fácil portabilidad y usabilidad, además de la minimización de la información sin restarle importancia a la misma.

4.2. Objetivos de la propuesta

4.2.1. Objetivo General

Elaboración de podcasts para el estudiantado de octavo semestre de la carrera de Comunicación Social de la facultad de Comunicación Social.

4.2.2. Objetivos específicos

- Reforzar conocimientos acerca de temas de interés de los estudiantes.
- Brindar podcast semanalmente de un máximo de diez minutos, cargándolo de información precisa e importante.

- Elaborar afiches informativos semanales (digital) para que los estudiantes de dicho nivel tengan conocimiento de lo que se ofrece en el podcast y de su importancia para su desarrollo, además de como este influye en ellos.
- Creación de cuenta en red social (Instagram) para retroalimentación del contenido (post, historias, comentarios) subido en la plataforma Spotify (podcast).

4.3. Planeación estratégica de la propuesta

Tabla 15

Planeación estratégica de la propuesta

	05/04/2021	06/04/2021	07/04/2021	08/04/2021	09/04/2021	10/04/2021	11/04/2021	12/04/2021
Autorización del Departamento de Radio	█							
Preparación del tema para los podcasts		█						
Grabación y edición del podcast			█					
Publicación y difusión del podcast en la plataforma Spotify					█			
Retroalimentación en la red social Instagram (interacción con estudiantes)						█		

Fuente: Autores de la investigación

Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

4.4. Presupuesto de la propuesta

Tabla 16

Presupuesto de la propuesta

Fecha de Inicio	5 de abril de 2021
Fecha de fin	12 de abril de 2021
Institución	Facultad de Comunicación Social
Responsables	Melina Villacís Burgos – Kevin Ramírez Criollo
Monto	\$0

Fuente: Autores de la investigación

Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

La presente propuesta no conlleva gastos, puesto que, los equipos los presta la Facultad de Comunicación Social y los locutores serían los titulares de este proyecto ahorrando gastos innecesarios. Por otra parte, subir el podcast a una plataforma streaming no requiere de ningún costo adicional gracias a que 'Spotify' permite subirlos de manera gratuita.

4.5. Cronograma de actividades

Primera semana de actividades

Tabla 17

Cronograma de actividades

Hora	Actividad	Duración	Responsables
06/04/2021			
9:00 AM	Investigación, recopilación y análisis de los primeros temas asignados (Información)	2 horas	Melina Villacís y Kevin Ramírez
11:00 AM	Realización del respectivo resumen	1 hora	Melina Villacís y Kevin Ramírez

	de la información		
12:00 PM	Realización del guion	30 minutos	Melina Villacís y Kevin Ramírez
07/04/2021			
9:00 AM	Grabación de los dos primeros podcasts	1 hora	Melina Villacís
10:00 AM	Corrección de los audios grabados	1 hora	Kevin Ramírez
08/04/2021			
9:00 AM	Edición de los audios (podcast)	3 horas	Kevin Ramírez
09/04/2021			
10:00 AM	Publicación y difusión de los podcasts (Spotify, Correo institucional e Instagram)	-	Melina Villacís y Kevin Ramírez
10/04/2021 - 12/04/2021			
9:00 AM	Retroalimentación (interacción con los usuarios-Instagram)	-	Melina Villacís y Kevin Ramírez

Fuente: Autores de la investigación

Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

4.6. Afiche y eslogan de la propuesta

¡Evoluciona y cambia! A un solo audio de distancia, en cualquier momento y lugar.

Figura 3

Afiche de la propuesta



Elaborado por: Kevin Ramírez y Melina Villacís

4.7. Afiche de la semana

Figura 4

Afiche sobre la Temática de la semana



Elaborado por: Melina Villacís y Kevin Ramírez

4.8. Guion del primer podcast

GUION “PROYECTO PODCAST- GÉNEROS PERIODÍSTICOS PARTE 1”

Nombre del podcast: Proyecto Podcast
 Fecha: 09 de abril de 2021
 Hora: 10h00 AM
 Duración: 10 minutos
 Medio: Radio FACSO
 Guionistas: Kevin Ramírez / Melina Villacís
 Locutor: Melina Villacís

CONTROL: **MÚSICA CARACTERÍSTICA (OPENING) DEL PODCAST**

LOCUTOR: Hola, Bienvenido y bienvenida a Proyecto Podcast, una propuesta pensada y desarrolla para ti. Como siempre tengo el honor de saludarte, enseñarte y darte a conocer distintos datos que te ayudarán a reforzar tu conocimiento sobre alguna temática, así que de nuevo te doy la bienvenida a este nuestro capítulo n.1: Géneros periodísticos. ¡Empecemos!

CONTROL: **MÚSICA CARACTERÍSTICA DEL PODCAST**

LOCUTOR: En esta lección aprenderás conceptos, características y la estructura de los distintos géneros de los cuales te hablaré hoy, pero antes de eso no te olvides de darle like y suscribirte para recibir las notificaciones cada nueva publicación que se hará a la semana.

CONTROL: **SONIDO DEL PODCAST**

LOCUTOR: **Los géneros periodísticos**

Los géneros periodísticos son formas de expresión escrita que difieren según las necesidades u objetivos de quien lo hace, dando a conocer información, posturas u opiniones. A través de estos géneros se busca saber temas de actualidad e interés, y la clasificación de los mismos permite al periodista clarificar el objetivo final que espera conseguir con el mensaje que desea transmitir y escoger la mejor técnica de redacción para lograrlo.

Existen 4 tipos de géneros periodísticos:

-Informativos

-Interpretativos

-De opinión

-Dialógicos

Cada uno de ellos cumple con una función en específico difiriendo a la necesidad que el periodista tenga, además de tener un cierto grado de complejidad en su realización.

CONTROL:

SONIDO DEL PODCAST (VOZ: GÉNEROS INFORMATIVOS)

LOCUTOR:

Los géneros informativos, son aquellos en donde el periodista muestra una postura objetiva y directa al momento de dar una información, aportando con datos concretos, contrastados, actuales y de interés público. Dentro de estos están la noticia, la entrevista objetiva y el reportaje.

Es por esto que te voy a explicar cómo están compuestos cada uno de ellos.

CONTROL:

SONIDO DEL PODCAST (VOZ: LA NOTICIA)

LOCUTOR:

La noticia: es un escrito que cuenta los hechos de algún suceso de interés público y actual de forma objetiva, obviando dar puntos de vista. Para que una información se convierta en noticia, debe cumplir con ciertos requerimientos, entre ellos deben responder las 6 Q (¿qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿quién?, ¿por qué?)

Para redactar una noticia, se debe poner un titular, luego seguir con la estructura de la pirámide invertida, en la que expresa que lo más relevante se ubica al principio de la redacción también conocido como lead o entradilla, seguido del cuerpo y al final la conclusión o datos complementarios.

CONTROL:

SONIDO DEL PODCAST (VOZ: ENTREVISTA OBJETIVA)

LOCUTOR:

Este texto periodístico es una conversación que intercambia preguntas y respuestas entre el periodista y el entrevistado. En ella se obtienen opiniones, comentarios, juicios y comportamientos.

El objetivo de la entrevista objetiva está en conocer el punto de vista de una persona destacada dentro de un ámbito. El periodista se prepara y realiza una serie de preguntas al entrevistado, teniendo un conocimiento básico de lo que hace o se dedica el personaje. Las cuestiones deben seguir un hilo

conductor, pero siempre pueden surgir algunas de improviso, también conocidas como contra preguntas. Se conocen tres tipos de entrevista:

- Noticiosa o de información. Recaba información.
- De opinión. Recoge opiniones y juicios.
- De semblanza. Sirve para que el periodista realice un perfil psicológico y físico del entrevistado.

La entrevista objetiva posee un título, un párrafo de entrada o lead para presentar al entrevistado (nombre, cargo o profesión, tema sobre el que se va a ser entrevistado) y a continuación, la transcripción de preguntas y respuestas, sin otro tipo de intervención por parte del periodista o entrevistador.

CONTROL:

LOCUTOR:

SONIDO DE PODCAST (VOZ: REPORTAJE)

Se aborda un acontecimiento, actual o pasado, con más profundidad. Se incluyen datos, declaraciones de testimonios o cifras, estos sirven como recurso explicativo de un problema, como argumentación de una tesis o para explicar un hecho, por ejemplo, dependiendo del formato, también pueden utilizarse recursos gráficos o audiovisuales.

Además, la clave de este texto está en el contraste de fuentes de información para dar un panorama más completo de algún asunto. Básicamente, para hacer un reportaje se debe investigar, describir, informar y documentar.

CONTROL:

LOCUTOR:

SONIDO DEL PODCAST

Y hasta este momento estuve acompañándote con la primera parte del capítulo n.1: Géneros periodísticos. No te despegues y continúa aprendiendo, sigue con la parte 2 de la temática de esta semana. Soy Melina Villacís, tu compañera y futura colega. ¡Nos vemos pronto!

CONTROL:

MÚSICA CARACTERÍSTICA (ENDING) DEL PODCAST

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Barragán, A. (9 de enero de 2020). *El 'podcast', un nuevo lenguaje para contar Latinoamérica*. Verne. Recuperado el 25 de febrero de 2021 de https://verne.elpais.com/verne/2020/01/07/mexico/1578358201_643869.html
- Becerril, J., Vallejo, A., Lumbreras, A., Chávez, G., Duk, A., y Torres, R. (2012). La web 2.0: un análisis de su impacto en lo social, político, cultural y económico. *Investigación Universitaria Multidisciplinaria*, (11), 23-34.
- Constitución de la República del Ecuador (2008). Asamblea Nacional Constituyente. Montecristi, Ecuador.
- Creativein. (14 de noviembre de 2019). *Los medios tradicionales y su migración a lo digital*. Recuperado el 12 de octubre de 2020 de <https://creativein.ec/medios-tradicionales-migracion-digital/>
- Dobkin, B. y Pace, R. (2007). *Comunicación en un mundo cambiante*. McGraw Hill Interamericana.
- ESDESIGN. (18 de febrero de 2018). *El concepto de comunicación digital en la actualidad*. ESDESIGN - Escuela Superior de Diseño de Barcelona. Recuperado el 12 de octubre de 2020 de <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/el-concepto-de-comunicacion-digital-en-la-actualidad>
- Real Academia Española. (s.f.). Jerga. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 27 de febrero de 2021, de <https://dle.rae.es/jerga>
- Espinoza de los Monteros, M. (3 de diciembre de 2019). *Los 'podcasts' de noticias crecen un 32% con respecto a 2018*. El País. Recuperado el 25 de febrero de 2021 de https://elpais.com/elpais/2019/12/03/dias_de_vino_y_podcasts/1575369830_837197.html
- Fonseca, M. (2005). *Comunicación oral: Fundamentos y práctica estratégica*. Pearson. <https://books.google.com.ec/books?id=KZAASf370B8C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Fonseca, M., Correa, A., Pineda, M., y Lemus, F. (2011). *Comunicación oral y escrita*. Pearson.

- Godínez, F. (2015). MOVIMIENTO PODCASTER: LA NUEVA CONCRECIÓN DE LA RADIO LIBRE. *Question*, 1(46), 147-148.
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2462/2201>
- Gomes, F. (17 de mayo de 2019). *Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia*. Rock Content. Recuperado el 12 de octubre de 2020 de <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
- Gómez, J. (2016). La Comunicación . *Salus*, 20(3), 5-6.
<https://www.redalyc.org/pdf/3759/375949531002.pdf>
- Gutiérrez, I. y Rodríguez, M. (2010). CAPÍTULO 2. Haciendo historia del podcast: referencias sobre su origen y evolución, Podcast educativo. Aplicaciones y orientaciones del m-learning para la enseñanz (págs. 37-53). MAD. Eduforma.
https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/37469/1/capitulo2_historia_podcasts.pdf
- Diccionario panhispánico del español jurídico (s.f.).Comunicación. En Diccionario del español jurídico. Recuperado el 27 de febrero de 2021, de <https://dpej.rae.es/lema/comunicaci%C3%B3n>
- Ley de Propiedad Intelectual. (2006).
- Ley Orgánica de Comunicación. (2019). Asamblea Nacional Constituyente. Quito, Ecuador.
- Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. (2020). Asamblea Nacional Constituyente. Quito, Ecuador.
- Fundación Universidad Autónoma de Madrid (s.f.). *Manual de comunicación para investigadores*. Universidad Autónoma de Madrid. <http://fuam.es/wp-content/uploads/2012/10/INTRODUCCION.-La-Comunicacion.-Principios-y-procesos.pdf>
- Márquez, M. (2013). *Proyecto de podcast educativo acerca de las técnicas de realización audiovisual basado en la Web 2.0*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de México].
<http://docshare04.docshare.tips/files/25103/251031203.pdf>

- Meza, A. (2012). *IMPLEMENTACIÓN DE PLATAFORMA PARA STREAMING DE VÍDEO EN TIEMPO REAL, A PARTIR DE TECNOLOGÍAS LIBRES*. [Tesis de pregrado, Universidad de San Carlos de Guatemala].
http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08_0644_CS.pdf
- Murray, M. (1990). *The role of technology in distance education*. The University of Alberta. <https://era.library.ualberta.ca/items/536a3450-9ebd-46be-a660-14fec2505a61/view/57d779ed-511e-4a39-b2cf-b009a00aea3d/MM60131.pdf>
- Nuñez, F. (2005). *Guía de comunicación digital: Hacia la autonomía en la distribución de mensajes en bits*. Publicaciones UCAB.
- Ortiz, D. (7 de julio de 2018). *Los podcast se vuelven cada vez más variados y accesibles*. El Comercio. Recuperado el 13 de octubre de 2020 de <https://www.elcomercio.com/tendencias/podcast-contenidos-accesibilidad-internet-audios.html>
- Sigüenza, J., Montánchez, M. y Palta, N. (2018). La tutoría académica y la herramienta web 2.0: podcast, en la educación superior. *Killkana Sociales*, 2 (2), pp. 39-46.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6538368>
- Piñeiro, T. y Costa, C. (2011). POTENCIALIDADES DEL PODCAST COMO HERRAMIENTA EDUCATIVA PARA LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA. *Etic@net*, (11), 124-136.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3801942>
- Ribes, X. (2007). La Web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva. *Telos*, (73), 36-43.
https://www.academia.edu/15721973/La_Web_2_0_El_valor_de_los_metadatos_y_de_la_inteligencia_colectiva
- Saborío, S. (2018). Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *Innovaciones Educativas*, 20(29), 95-103.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6719663>
- Santos, D. (2012). *Fundamentos de comunicación*. Red Tercer Milenio.
http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/comunicacion/Fundamentos_de_comunicacion.pdf
- Sigüenza, J. (2016). *La gestión de tutoría con el apoyo de la herramienta web 2.0: podcast, en las asignaturas de las ciencias sociales en la educación superior*.

[Tesis de maestría, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil].

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7154/1/T-UCSG-POS-MES-57.pdf>

Tobar, E. (21 de noviembre de 2017). *Uso del podcast en la educación*. e-Learning Masters. Recuperado el 23 de febrero de 2021 de

<http://elearningmasters.galileo.edu/2017/11/21/uso-del-podcast-en-la-educacion/>

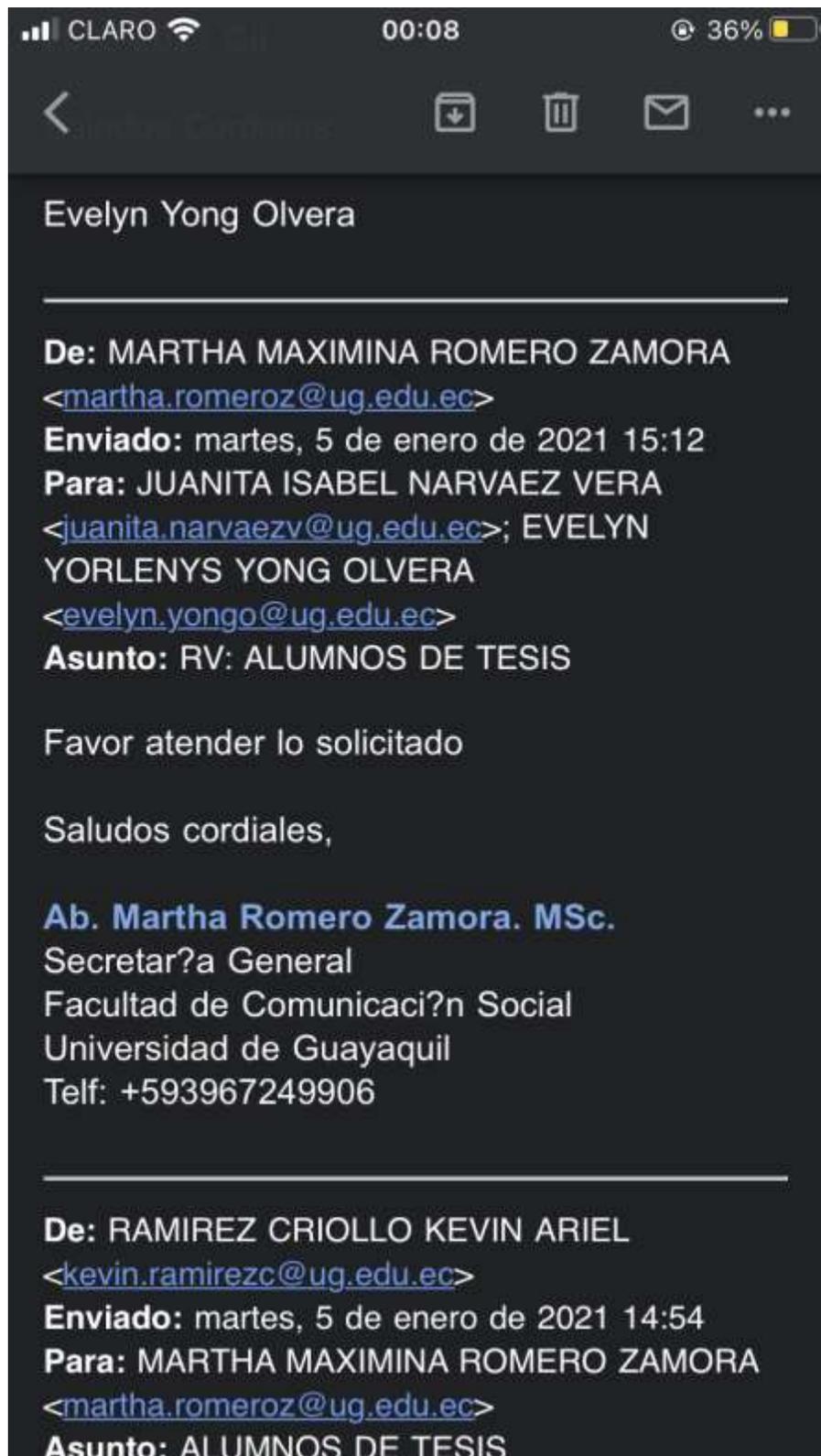
Vargas, H. (2008). COMUNICACIÓN DIGITAL Y CIBERPERIODISMO: NUEVAS PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN EN LOS ENTORNOS VIRTUALES. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 2, 1(1), 92-95. <https://www.redalyc.org/pdf/51115/5111555566008.pdf>

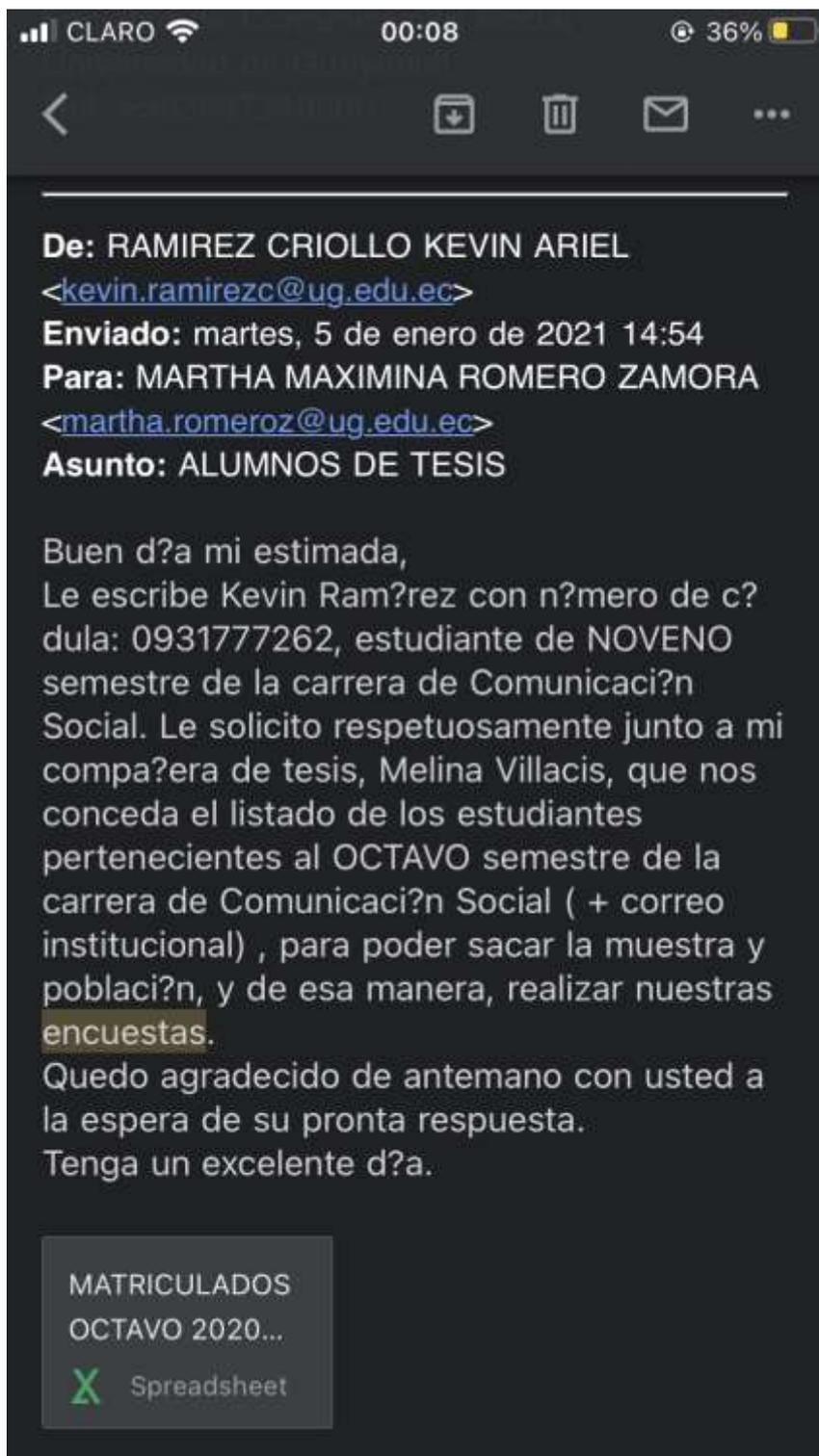
Vivanco, G. (2015). Educación y tecnologías de la información y la comunicación: ¿es posible valorar la diversidad en el marco de la tendencia homogeneizadora? . *Brasileira de Educação*, 20(61), 297-315. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782015206102>

Williams, B. (2007). Choosing the Right Podcasts for Your Classroom. *Educator's Podcast Guide* (pp. 44-49). International Society for Technology in Education. <http://edpt200.mcgill.ca/newreadings/edpod1.pdf>

APÉNDICE

Apéndice 1. Correo electrónico enviado a la Secretaria General, la abogada Martha Maximina Romero Zamora.







Apéndice 2. Capturas de la encuesta

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL-FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Preguntas Respuestas 109

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL-FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ENCUESTA: Dirigida a los Estudiantes de Octavo Semestre de la Carrera de Comunicación Social

Tema: "El uso del podcast como medio de difusión de la información en la web 2.0 y su aplicación dentro del desarrollo académico de los estudiantes de Octavo semestre de la carrera de Comunicación Social"

Agradecemos amablemente su colaboración que contribuirá de manera importante al desarrollo de este trabajo de investigación.

1.- EDAD:

- 20 a 25 años
- 26 a 30 años
- Más de 30 años

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

https://docs.google.com/forms/d/1wFDIge5XWwbdIKGKGfCDn8Vq-rYY4YDF7ulPalfOuBw/edit

Importado desde Fl... Importado de Inter... Importado de Inter... WhatsApp Eliminar el fondo de... IMG_0390.jpg - OL... Elimine el fondo de... Editor de fotos: PixL... Otros favoritos

1.- EDAD:

- 20 a 25 años
- 26 a 30 años
- Más de 30 años

2.- SEXO: *

- Masculino
- Femenino
- Otra...

3.- ¿Tiene conocimiento sobre el podcast? *

- Sí
- No

Windows taskbar: Search, File Explorer, Microsoft Edge, Task View, System tray (Network, Wi-Fi, Bluetooth, ESP, 9:26)

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

https://docs.google.com/forms/d/1wFD3je5XWwbdIKGKIGCDn8vq-nVY4YDF7uIPalfOu8w/edit

Importado desde F... Importado de Inter... Importado de Inter... WhatsApp Eliminar el fondo de... IMG_0290.jpeg - CL... Elimine el fondo de... Editor de fotos: Pal... Otros favoritos

3.- ¿Tiene conocimiento sobre el podcast? *

Sí

No

ATENCIÓN:

*Si tu respuesta es negativa, aclaro: Podcast es una herramienta pensada actualmente para distribuir todo tipo de contenido interesante ante el público en archivo de audio, y video (pocas veces usado) que permite al usuario escucharlo en cualquier momento sobre algún tema dentro del círculo de su interés *

IMPORTANTE:

Si tu respuesta anterior es negativa, puedes saltarte desde la pregunta 4 hasta la pregunta 7 y contestar de manera obligatoria a partir de la pregunta 8

4.- ¿Usted por qué motivo escucha podcast? (Escoger las alternativas que desee)

Educación

Entretenimiento

Aprender cosas nuevas

?

Windows Taskbar: Search, File Explorer, Microsoft Edge, Spotify, WhatsApp, Google Chrome, System Tray: Network, Volume, ESP, 6:25

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

https://docs.google.com/forms/d/1wFDlge5XWwbdIKGKGFCDn8lvq-nVY4YDF7uIPaFDu8w/edit

Importado desde Fi... Importado de Inter... Importado de Inter... WhatsApp Eliminar el fondo de... IMG_0390.jpeg - Cli... Elimine el fondo de... Editor de fotos: Pixl... Otros Favoritos

5.- ¿Qué plataformas streaming ha utilizado?

- Ivoox
- Google podcast
- Apple podcast
- Spotify
- Otra...

6.- ¿Con qué frecuencia usted consume contenido de su interés?

- Nunca
- Casi nunca
- Ocasionalmente
- Casi todos los días
- Todos los días

Windows taskbar: Start, Search, File Explorer, Microsoft Edge, Word, PowerPoint, Chrome, Task View, System Tray (Network, Volume, ESP, 0:27, Help)

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

https://docs.google.com/forms/d/1wFDlge5XWwbdIKGKGfCO8vq-nVY4YDF7ulPalfDu8w/edit

Importado desde F... Importado de Inter... Importado de Inter... WhatsApp Eliminar el fondo IMG_0390.jpeg - CL... Elimine el fondo de... Editor de fotos: Pal... Otros favoritos

7. ¿Qué tipo de podcast reproduce/escucha? (Escoger las alternativas que desee)

- Informativos
- De opinión
- Educativos
- Entretenimiento

8.- ¿Consideraría que el uso del podcast sería un aporte para su desarrollo académico? *

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Windows taskbar: Search, File Explorer, Microsoft Edge, Word, Chrome, Task View, Start, Network, Signal, Volume, ESP, 0:27, Help

UNIVERSIDAD DE GUAIAQUIL

https://docs.google.com/forms/d/1wFDjge5XWwbdIKGKGfCOm!vq-nVY4YDF7ulPalFOu8w/edit

Importado desde F... Importado de Inter... Importado de Inter... WhatsApp Eliminar el fondo de... IMG_0390.jpeg - Cl... Elimine el fondo de... Editor de fotos: Pict... Otros favoritos

9.- ¿Desde qué semestre el podcast contribuiría a su desarrollo académico? *

Primero

Segundo

Tercero

Cuarto

Quinto

Sexto

Séptimo

Octavo

Todos

10.- ¿Qué temáticas le gustaría escuchar? (Escoger las alternativas que desee) *

Normas APA Séptima edición

Windows taskbar: 0:27, ESP

UNIVERSIDAD DE GUAIAQUIL-IV

https://docs.google.com/forms/d/1wFDjge5XWwbdIKGKGfCOm!lvq-nVY4YDF7ulPalFOu8w/edit

Importado desde F... Importado de Inter... Importado de Inter... WhatsApp Eliminar el fondo de... IMG_0390.jpeg - Cl... Elimine el fondo de... Editor de fotos: Pict... Otros favoritos

10.- ¿Qué temáticas le gustaría escuchar? (Escoger las alternativas que desee) *

- Normas APA Séptima edición
- Imagen corporativa
- Tratados internacionales
- Géneros periodísticos
- Otra...

11.- ¿Por qué utilizaría podcast en su proceso de aprendizaje? *

- Tiempo
- Facilidad
- Accesibilidad

12.- ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir podcasts? *

Windows taskbar: Search, File Explorer, Microsoft Edge, WhatsApp, Spotify, VLC, Chrome, Task View, Start, Network, Sound, ESP, 0:27

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL-FI x

https://docs.google.com/forms/d/1wFDJge5XWwbd1K9GKGfCDn8vq-nVY4YDF7ulPalfOu8w/edit

Importado desde Fi... Importado de Inter... Importado de Inter... WhatsApp Eliminar el fondo de... IMG_0390.jpeg - Cl... Elimine el fondo de... Editor de fotos: Pui... Otros favoritos

Otra..

11.- ¿Por qué utilizaría podcast en su proceso de aprendizaje? *

Tiempo

Facilidad

Accesibilidad

12.- ¿Con qué frecuencia le gustaria recibir podcasts? *

Diario

Semanal

Mensual

Windows taskbar: Search, File Explorer, Edge, Word, PowerPoint, Chrome, Task View, Network, Volume, ESP, 0:28, Notification

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL- FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Se registró tu respuesta.

[Enviar otra respuesta](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) -
[Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

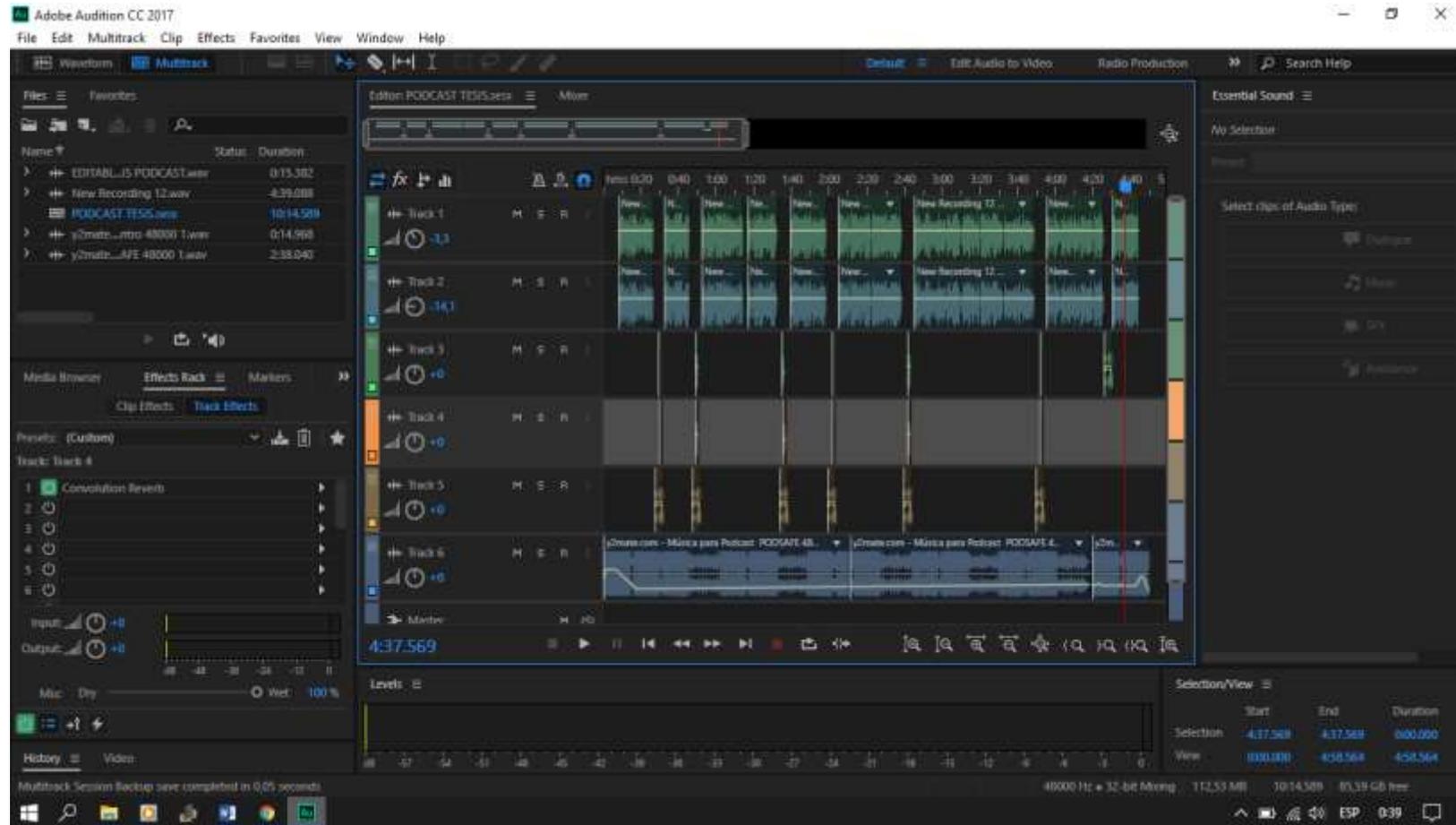
Google Formularios

Apéndice 3. Fotografía de la Facultad para agregarla en el Capítulo I

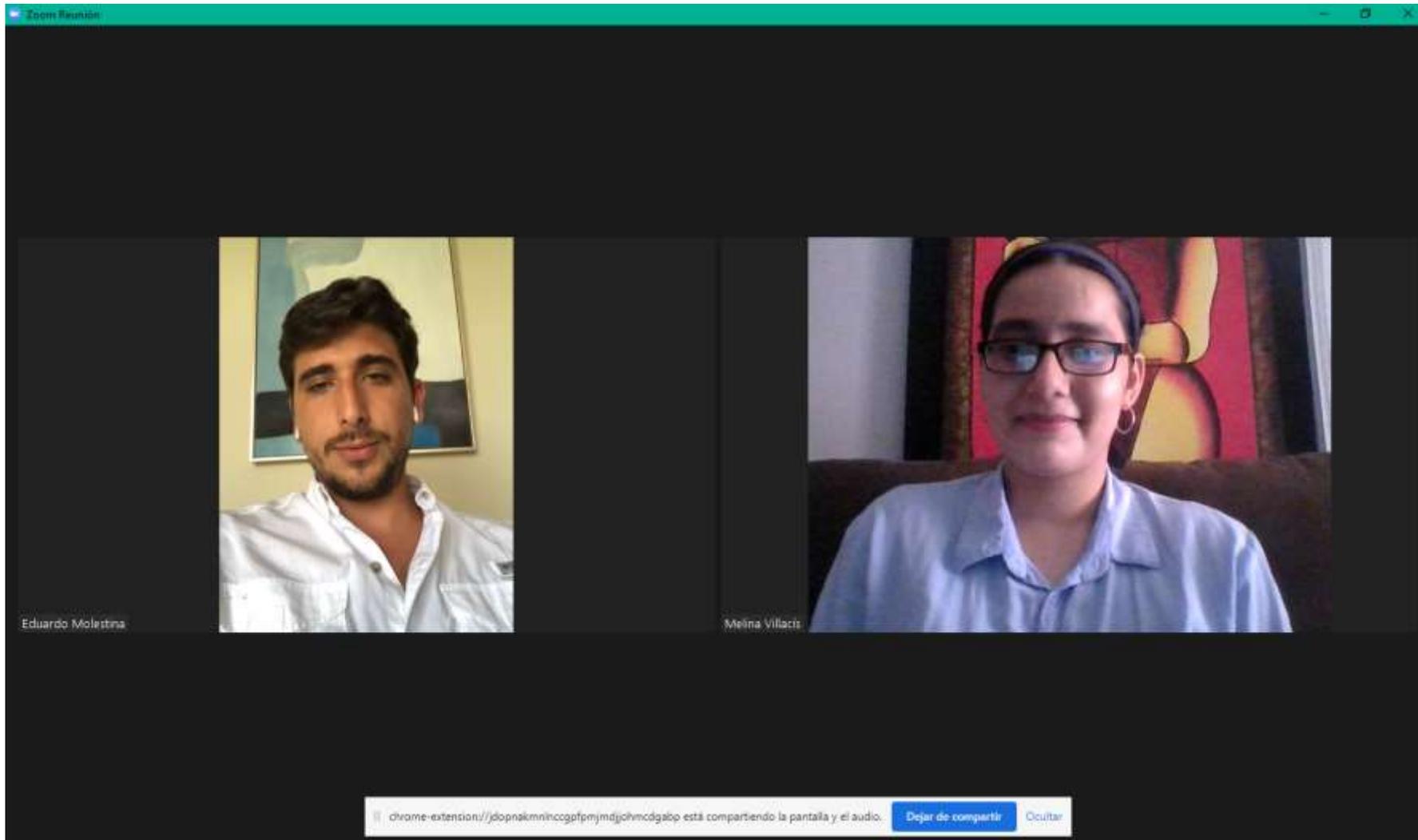




Apéndice 4. Captura de pantalla de la edición del podcast



Apéndice 5. Captura de pantalla de las entrevistas a expertos



A screenshot of a Zoom meeting interface. On the left, a video feed shows a man with glasses and a dark red t-shirt, identified by the name "Ariel Sandoval Maiza" below. On the right, a larger video feed shows two people: a man in a white t-shirt with "S.I.E.N.P.S." printed on it and a woman in a light blue button-down shirt and glasses, identified by the name "Melina Villacís" below. At the bottom of the screen, a notification bar states: "chrome-extension://jdopnakmnincgppfpmjmdjjohmcdgabp está compartiendo la pantalla y el audio." To the right of this text are two buttons: "Dejar de compartir" (Stop sharing) and "Ocultar" (Hide).