

Mtro. Roberto Antonio Padilla Sobrado

Director de la División Ciencias y Artes para el Diseño

UAM Xochimilco

INFORME FINAL DE SERVICIO SOCIAL

UAM Radio

Periodo: 28 enero 2026 al 4 de septiembre 2026

Proyecto: Apoyo a la Dirección de Comunicación Social

Clave: XCAD000001

Responsable de proyecto: Mtro. Gabriel Sosa Plata

Asesor interno: LAV Gonzalo Becerra Prado



firma del asesor

Nombre completo: Ivana Morales Negrete

Matrícula: 2212036990

Licenciatura: Diseño de la Comunicación Gráfica

División de Ciencias y Artes para el Diseño

Correo electrónico: 2212036990@alumnos.xoc.uam.mx

ivanamn23@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Se presenta este informe con la finalidad de hacer de su conocimiento las actividades que realicé durante la prestación de servicio social en UAM Radio, a través del Departamento de Continuidad y Enlace, en el cual se llevan a cabo producciones como: Radar, This Is y Top 10, y se lleva a cabo la programación de contenidos radiofónicos en general de la estación.

Durante este periodo de seis meses como prestadora de servicio social, pude participar en el desarrollo de propuestas gráficas para las producciones ya mencionadas, en la producción de contenido radiofónico y producción de material digital para redes sociales. Como parte del trabajo, se propuso continuar con la identidad visual ya trabajada de los programas, así como la creación de contenido gráfico para su difusión a través de redes sociales y creación de contenido radiofónico a través de cápsulas para FM.

Las actividades realizadas me permitieron integrar conocimientos de comunicación, diseño gráfico, planeación y producción de contenido, y al mismo tiempo, adquirí conocimientos de comunicación enfocada al área radiofónica y locución, lo cual me permitió contribuir al fortalecimiento tanto de la identidad sonora como visual de las producciones a cargo del Departamento de Continuidad y Enlace.

OBJETIVO GENERAL

Apoyar en la producción de contenidos de UAM radio a través del Departamento de Continuidad y Enlace mediante la realización de actividades como el desarrollo de cápsulas radiofónicas, la creación de contenido gráfico y selección musical para la estación, ayudando a fortalecer la identidad sonora y visual en la difusión de los programas: Radar, This Is y Top 10.

ACTIVIDADES REALIZADAS

RADAR

Dentro del programa radiofónico Radar 94.1, en el cual cada semana se seleccionan dos bandas independientes a las cuales se les apoya con la difusión de alguno de sus sencillos más recientes. Radar es un programa fundamental de la estación debido al espacio que le da a artistas emergentes permitiendo crear nuevas audiencias, tanto para la estación, como para las bandas que son presentadas,

permitiéndonos generar un nuevo acervo dentro de la identidad radiofónica de la estación.

Para la selección y producción de las cápsulas de Radar se lleva a cabo un proceso donde las bandas interesadas en participar en el espacio, a través de una convocatoria lanzada en redes sociales (perfil de Radar en Instagram), se comunican con la estación presentando su proyecto y su estreno musical con una antigüedad no mayor a dos meses de haber sido lanzado. Una vez recibida la propuesta, se corrobora que cumpla con los lineamientos establecidos en la convocatoria del programa para poder considerar la difusión del material a través de cápsulas tanto en FM como en redes. Para poder generarlas, cada una de estas cápsulas cuenta con una investigación previa de cada proyecto musical. Dentro de este proceso se incluye la revisión de la información de la banda a través de su *presskit*, el análisis de su propuesta sonora que involucra la escucha detallada del sencillo. Posteriormente, una vez aprobado la difusión del sencillo, se realizan preguntas específicas para elaborar las cápsulas FM que se transmiten los lunes, miércoles y viernes en un horario de 9:30 y 20:30 h.

En un principio, las preguntas se envían a las bandas para que sean respondidas mediante un video y un archivo de audio, con el objetivo de contar con material audiovisual para usar en redes sociales y en la cápsula radiofónica. Una vez recibido este material, se hace una revisión del contenido y se procede a la redacción del guión, el cual se adapta al tiempo establecido del segmento dentro de la programación de la estación.

De manera paralela, se desarrolla el material gráfico y multimedia para la difusión en las redes sociales de Radar. Dentro de este proceso se incluye la planeación del contenido, la adaptación de la identidad visual del programa y la creación de publicaciones digitales con el objetivo de promover la cápsula radiofónica y a los proyectos musicales participantes. Toda esta planeación se logra gracias a la organización que se da a través del calendario de publicaciones, el cual nos permite una correcta difusión del contenido antes y después de la transmisión.

Se desarrollaron distintas actividades enfocadas en el fortalecimiento de la identidad visual de Radar, así como en la creación de contenido digital para su difusión en redes sociales.

Se trabajó con la identidad gráfica del programa recientemente establecida por otro compañero de servicio social, logrando en conjunto una propuesta visual más clara y adaptable a los distintos formatos digitales. Dentro de este proceso se incluyó la definición de elementos visuales en los programas: Radar, This is y Top 10, esto con el objetivo de generar una imagen más reconocible y coherente.

Se trabajó a partir de diferentes plantillas pensadas para los distintos tipos de contenido que se planeaban publicar (publicaciones en el *feed*, historias o *reels*), que ayudaron a la difusión de los materiales, tales como la presentación de las bandas, anuncios semanales, difusión de las cápsulas y publicaciones complementarias, y al mismo tiempo, se generaron nuevas propuestas y modificaciones dentro de esta nueva identidad para darle una mayor visibilidad a estos materiales dentro de la red social.

Este contenido gráfico se trabajó de manera semanal para la difusión de cada proyecto participante en el programa. Dentro de este proceso se abarcó la revisión de material enviado por cada banda, la realización de preguntas, selección y/o búsqueda de material visual adecuado, la adaptación de estos elementos a la línea gráfica del programa y la composición final de las piezas a publicar para posteriormente, ajustar los materiales a cada red social, siempre considerando la identidad ya establecida.

Esto nos permitió generar una línea gráfica consistente y de esta forma, lograr destacar la presencia digital de Radar en redes sociales facilitando la difusión de los distintos proyectos participantes.

THIS IS y TOP 10

Dentro del This is se realiza una selección musical semanal, la cual estaba enfocada en los estrenos más recientes principalmente de bandas emergentes o artistas no tan conocidos. Este proceso consistió en la búsqueda y revisión de nuevos lanzamientos que fueron publicados a partir del trimestre en curso, priorizando propuestas actuales y que se ajustaran a las necesidades y valores de la programación de la estación.

Esta selección está conformada por 16 canciones por semana la cual tiene espacio dentro de la programación los viernes a las 7 de la noche, y está enfocada

principalmente en 4 géneros musicales dando prioridad a la inclusión de bandas lideradas por mujeres, hombres y artistas que formen parte de la comunidad LGBTQ+, proyectos mexicanos y de países de América Latina, así como propuestas de habla hispana, esto con el objetivo de fomentar la diversidad musical dentro del espacio.

La selección realizada pasa por un filtro que está a cargo de las personas que forman parte del Departamento de Continuidad y Enlace, revisando que cada propuesta cumpla con los lineamientos de la producción, es decir, que el material cumpla con los valores de la estación, la verificación de fechas de lanzamiento y la organización del contenido para su integración en la programación radiofónica.

Anteriormente mi compañero trabajó en la renovación de la identidad visual del espacio, con el objetivo de generar una imagen más clara y funcional para su difusión en redes sociales. Comenzó a trabajar en la definición de una línea gráfica para la publicación semanal.

A partir de esta nueva identidad, desarrollamos en conjunto propuestas de plantillas para la publicación de la selección semanal de estrenos con las nuevas propuestas musicales generando mayor interacción con la audiencia, ya que permitió una identificación más clara del contenido.

Dentro de las plantillas, también se generaron propuestas para la selección quincenal del Top 10; al igual que el *This is*, se buscó generar una coherencia visual entre cada publicación permitiendo visualizar de manera fácil y clara la selección tanto semanal como quincenal, logrando la difusión del contenido incrementando el *engagement* en redes sociales.

Como parte del proceso de diseño, también se elaboró el manual de identidad gráfica del programa *This is*, en el cual se establecieron los lineamientos visuales del segmento, este manual se realizó basándome en los lineamientos que anteriormente mi compañero ya estaba estableciendo. Este documento incluyó el uso del logotipo, tipografía, colores y aplicaciones básicas, además de distintas diagramaciones para el diseño de las plantillas para las publicaciones.

OTRAS ÁREAS

Tuve la oportunidad de participar en actividades fuera de las relacionadas con las producciones y el diseño. Pude participar en coberturas especiales de eventos culturales con el objetivo de generar contenido para la difusión de UAM Radio en redes sociales.

Como primera actividad, junto con mi compañero tuvimos la comisión de generar material gráfico para el 15 aniversario de UAM Radio, se trabajó haciendo ilustraciones para poder dar difusión de la estación en las diferentes unidades; el material contemplaba souvenirs (playera conmemorativa para el equipo de UAM radio y *stickers*, los cuales serían distribuidos en las unidades) y una propuesta de cartel.

Posteriormente, tuvimos la oportunidad de ser parte de la cobertura que se realizó en la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería, donde estuvimos generando contenido multimedia para la creación de *reels* y videos cortos como parte de una colaboración con las redes sociales de Libros UAM. Estas coberturas nos permitieron fortalecer la presencia en redes sociales de UAM Radio mediante contenido fotográfico y audiovisual, además de apoyar en la difusión de las actividades culturales vinculadas con la estación.

A partir de esta experiencia de cobertura y creación de contenido, se realizaron modificaciones y nuevas propuestas para generar un mayor alcance en las redes de Radar, así comencé a generar contenido multimedia a través de cápsulas presentadas en *reels* para presentar a las bandas que formaban parte de la selección semanal.

De igual forma, formar parte del Departamento de Continuidad y Enlace me permitió tener capacitaciones de: manejo de consola, locución y edición de audio (a través de la plataforma *Audition*), las cuales fueron herramientas que me permitieron ampliar mis conocimientos y considero, aún sin ser propias de mi estudio/área, son herramientas que me permiten ampliar mis conocimientos y capacidades para poder usar y conjuntar herramientas dentro mi área de trabajo.

RESULTADOS

Durante la prestación del servicio social se cumplieron metas relacionadas con la producción de contenido para redes sociales, material de diseño a partir del

desarrollo y seguimiento de identidad visual y la generación de material radiofónico para el Departamento de Continuidad y Enlace de UAM Radio.

Se dio seguimiento y se generaron propuestas que ayudaron a la consolidación de la nueva identidad de Radar a través de la investigación de bandas emergentes, la elaboración de material para las cápsulas radiofónicas y la creación de contenido gráfico y audiovisual para su difusión en redes.

Dentro de los aportes para los proyectos: Top 10 y This Is, se realizó la selección musical en la cual se priorizaron proyectos principalmente de habla hispana e independientes, además de continuar con su identidad gráfica, implementar publicaciones visuales semanales para redes sociales y generar nuevas propuestas para lograr una mayor visualización en redes.

De igual forma, adquirí experiencia en coberturas especiales como en la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería al realizar contenido audiovisual para redes sociales y realizar el diseño de materiales de difusión (contenido para reels presentando libros y conferencias, así como la creación de portadas para el mismo), adquirí conocimiento en el manejo de consola dentro de cabina, locución y edición de audio en programas como Au.

Finalmente, el conjunto de estas actividades me permitió conocer y al mismo tiempo lograr fortalecer la identidad de la estación y mejorar la difusión de los programas y eventos. Como resultado, pudimos notar un incremento en el alcance de las publicaciones, la interacción con la audiencia y el número de seguidores en las redes sociales asociadas a estas producciones.

CONCLUSIONES

A partir de la experiencia adquirida durante el servicio social en UAM radio, a través del Departamento de Continuidad y Enlace, pude contribuir al fortalecimiento de la producción de contenido radiofónico, así como en la comunicación visual de los programas Radar, This Is y Top 10, mediante la generación de cápsulas, selección musical, creación de material radiofónico, desarrollo y continuación de identidades gráficas y la creación de contenido digital para redes sociales. Estas actividades permitieron mejorar la organización de las producciones, así como establecer lineamientos visuales más claros para su difusión y lograr generar un mayor alcance.

El desarrollo de estas tareas implicó la aplicación de conocimientos adquiridos durante la formación en la Licenciatura en Diseño de la Comunicación Gráfica de la División de Ciencias y Artes para el Diseño (CyAD) de la UAM Xochimilco, haciendo mayor énfasis en áreas como diseño editorial, composición visual, medios audiovisuales, tipografía, identidad gráfica y jerarquización de la información. Estas áreas fueron fundamentales para la creación y darles el seguimiento a las identidades visuales que anteriormente ya se había logrado establecer, el diseño de publicaciones para redes sociales, la elaboración de materiales de difusión para los distintos programas, así como generar nuevas propuestas o modificaciones a estas acciones, para lograr un mayor *engagement*.

Al mismo tiempo, el servicio social me permitió poder acceder a nuevos conocimientos relacionados con el manejo de consola dentro de cabina, la grabación de voz, locución, edición y adaptación de contenido radiofónico para cápsulas en FM, así como la adaptación de diseño a medios digitales, la planeación de contenido para redes sociales y su integración con la producción radiofónica.

La prestación del servicio social me permitió fortalecer habilidades blandas tales como la comunicación con el equipo de producción, el trabajo colaborativo, la organización de tiempos de entrega, la disposición a adquirir nuevos conocimientos para un mejor desarrollo de las tareas dentro del área y la capacidad de adaptación a distintos requerimientos.

Estas competencias fueron necesarias para coordinar la producción de contenido semanal, mantener coherencia entre los materiales desarrollados y responder a necesidades específicas de cada programa.

Como parte de las aportaciones al proyecto, se generaron propuestas dentro de las identidades visuales para lograr un mayor desarrollo en los segmentos ya trabajados, generación de plantillas gráficas para redes sociales, materiales de difusión y contenido radiofónico y audiovisual, además de participar en coberturas especiales de eventos. Cada una de estas acciones permitieron contribuir a mejorar la presencia digital de la estación, de los programas ya mencionados y al mismo tiempo facilitar la continuidad en la producción de contenido.

Sin duda, este proyecto pudo aportar una experiencia en un entorno real de trabajo vinculado con la comunicación digital y la producción radiofónica, así como la

importancia de la identidad gráfica en la difusión de medios universitarios. También me brindó la oportunidad de tener una visión más amplia de la comunicación integrando diseño, locución, contenido musical y estrategias digitales.

Durante la prestación del servicio social se pudo percibir de manera cuantificable el trabajo realizado en redes sociales, se pudo observar un crecimiento significativo en el alcance e interacción de la cuenta de Instagram. Las publicaciones y *reels* registraban aproximadamente 5,230 visualizaciones y la cuenta contaba con 682 seguidores. Las visualizaciones aumentaron a más de 30,000 y el número de seguidores superó los 1,100 al terminar la prestación del servicio social. Este crecimiento se logró sin la implementación de publicidad pagada, todo fue generado de manera orgánica por lo que se evidencia el impacto del contenido generado y la constancia en las publicaciones.

En conclusión, la prestación del servicio social me permitió aplicar los conocimientos adquiridos en la formación académica dentro de un contexto profesional, así como desarrollar nuevas habilidades relacionadas a la producción radiofónica y con la comunicación digital.

Esta experiencia contribuyó tanto a mi desarrollo personal y profesional, permitiéndome integrar competencias nuevas, técnicas y creativas como al fortalecimiento de la comunicación visual del Departamento de Continuidad y Enlace de UAM radio.

RECOMENDACIONES

Durante la prestación del servicio social en UAM radio a través del Departamento de Continuidad y enlace, pude notar algunas áreas de oportunidad relacionadas al diseño, a la comunicación visual en redes de la estación y la planeación de materiales. Al conformar la estación con diversos programas, considero que uno de los puntos fundamentales para una mayor identificación de estos y de la estación en general, sería la renovación de sus logotipos e identidad visual en general, logrando una especie de unificación, lo cual daría una mayor coherencia visual, principalmente al momento de hacer las publicaciones en redes sociales. Dentro de esta propuesta, se recomienda estipular tipografía, paleta de color, usos de logotipos dentro de las diagramaciones y las plantillas para redes con usos correctos e incorrectos, principalmente de los logotipos dentro de éstas para lograr

una coherencia visual dentro de las publicaciones, de esta forma, se reduciría el uso de plantillas pre-formadas en Canva dando una impresión de publicaciones sin relación ni motivo. Relacionado a esto, la oportunidad de contar -en medida de lo posible- con servicio social o apoyo del personal de diseño para continuar con la identidad visual de la estación en general, permitiendo lograr una mejor comunicación visual.

En la cuestión de la planeación y difusión de los materiales, considero que se puede ampliar la difusión de los materiales dentro de otras redes -por ejemplo, TikTok-, planear y generar constantemente retroalimentación sobre el impacto que tienen los materiales propios del departamento (cápsulas de Radar, This is y Top 10), evitar en medida de lo posible la programación del contenido, esto con la finalidad de poder compartir el material en otras aplicaciones vinculadas a la cuenta principal de Instagram -hablando propiamente, en este caso, a la cuenta de X- y priorizar la publicación de contenido de manera directa en los horarios establecidos, para ampliar el alcance de las publicaciones.

Dentro de las recomendaciones para el equipo del Departamento de Continuidad y Enlace se propone seguir más de cerca la integración de las personas de servicio social, tener una constante retroalimentación y continuar, de una manera más organizada y continua, las capacitaciones que ofrecen actualmente-manejo de consola dentro de cabina, locución y creación y edición de audio con el programa Au-para fortalecer tanto las habilidades de la persona prestadora de servicio social, como la experiencia formativa.

BIBLIOGRAFÍA

3. Diseño editorial, Zappaterra, Y. y Caldwell, C. (2014). *Diseño editorial: Periódicos y revistas* (2.^a ed.). Editorial Gustavo Gili.

4. Gestión de redes sociales / community management. Moreno, M. (2014). *El gran libro del community manager: Técnicas y herramientas para sacarle partido a las redes sociales y triunfar en social media*. Gestión 2000.

ANEXO DE IMÁGENES



