



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

**CREACIÓN DEL PODCAST FUNDATALK PARA VISIBILIZAR LAS ACTIVIDADES
DE LAS FUNDACIONES Y ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES EN
ÁREAS SOCIALES UBICADAS EN CARACAS**

Autores:

Arias Rincón, Carlos Eduardo. 28.101.644

Brandt Martínez, Matthew. 31.065.400

Catapano Arteaga, Fabiana Victoria. 30.395.414

Profesor coordinador:

Tarazona, Willmar

Caracas, junio de 2024

Derecho de autor

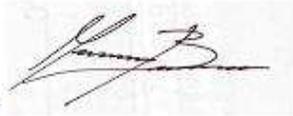
Quienes suscriben, en condición de autores del trabajo titulado **FundaTalk**, declaramos que cedemos a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable a la Universidad Monteávila, los derechos de autor de contenido patrimonial que me corresponden sobre el presente trabajo. Conforme a lo anterior, esta cesión patrimonial sólo comprenderá el derecho para la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla o reproducirla en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como, la de salvaguardar nuestros intereses y derechos que nos corresponden como autores de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a nuestra persona, salvo los créditos que se deban hacer a la tutora o cualquier tercero que haya colaborado o fuere hecho posible la realización de la presente obra.

Autores:

Carlos Arias. 28.101.644



Matthew Brandt. 31.065.400



Fabiana Catapano. 30.395.414



En la ciudad de Caracas a los **14** días del mes de **junio** de 2024

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado a nuestros familiares, amigos y profesores, los cuales nos han brindado su apoyo incondicional durante los cuatro años de carrera.

Finalmente, queremos agradecer a la Universidad Monteávila, por ser nuestra casa de estudio y por permitirnos estar rodeados de personas maravillosas que se convirtieron en parte de nuestra familia.

- **Carlos Arias**
- **Matthew Brandt**
- **Fabiana Catapano**

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por la oportunidad de haber cursado esta carrera. Por haberme permitido compartir junto a personas increíbles que me han apoyado desde el primer momento y me han ayudado a crecer como profesional y como persona.

A mi madre, Dinorah Rincón, por motivarme a seguir adelante a pesar de los momentos difíciles y afrontar todas las adversidades con una sonrisa. Este camino no hubiera sido posible sin ti, sin tus enseñanzas y consejos.

A mi padre, Armando Arias, quien ha sido un pilar fundamental en mi vida y en mi educación. Por impulsarme a cumplir con mi palabra y responsabilidades en todo momento. Gracias por guiarme a ser una mejor persona cada día.

A mi hermano, Luis Fernando Arias, gracias por apoyarme en cada una de las decisiones que he tomado durante estos cuatro años y siempre cuidarme. Este logro lo comparto contigo, porque a pesar de todo sé que puedo contar contigo en los momentos más importantes.

A mis abuelos, Rafaél Rincón y Myriam Majano, quienes me acompañan en todo momento y siempre tengo presentes. Este logro va especialmente dedicado a ustedes, gracias por cuidarme y hacerme la persona que soy hoy. Las palabras nunca serán suficientes para expresar mi amor y respeto por ustedes. Los amo y extraño.

A los profesores que me han acompañado y dejaron una huella en mi vida: Felipe González Roa e Iliana Palomino. Por acogerme en los momentos de mayor incertidumbre y brindarme un espacio seguro para expresar mis dudas, sentimientos y preocupaciones. Gracias por sus enseñanzas y apoyo incondicional.

- Carlos Eduardo Arias Rincón

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada, quisiera agradecer a Dios por guiarme y brindarme las herramientas para poder culminar la carrera de una manera muy positiva y llena de aprendizajes para toda la vida.

Quisiera también agradecer el apoyo incondicional por parte de mis padres Rebeca Martínez y Alfonso Brandt, quienes son las personas más importantes de mi vida y mis ejemplos a seguir, los cuales siempre estuvieron ahí para mi en todos los momentos apoyándome y guiándome por el mejor camino.

Agradecer a mi hermano Alfonso Federico Brandt por también estar apoyándome y acompañándome durante toda mi carrera y siempre ayudarme en todo lo que necesitaba.

Quiero extender mis agradecimientos a mi abuelo Alfonso Brandt y a mi hermano Kenneth Brandt, quienes hoy en día no se encuentran presentes en este mundo pero que siempre han sido una inspiración y un ejemplo a seguir.

Por último, quisiera agradecer a mis compañeros de tesis Carlos Arias y Fabiana Catapano, los cuales no solamente fueron compañeros de tesis, sino más bien, compañeros de vida que me ha otorgado la universidad.

Sin más que agregar, gracias a todos

- Matthew Brandt Martínez

AGRADECIMIENTOS

Quiero empezar agradeciendo a mi mamá, Fabiola Arteaga, no solo por ser mi pilar más grande, sino mi apoyo y la razón por la que me dedique a estudiar cada día. Este trabajo y todos lo que hice en la carrera, son y siempre serán para tí, mis logros siempre serán nuestros.

Le quiero agradecer a mi abuela, por todos los cafecitos que me hizo en las mañanas para llegar con ánimo, por buscarme y llevarme siempre que podía y por supuesto por sus arepitas. Gracias por estar en mi vida y llenarla de colores y alegrías, eres un ángel en la tierra.

A mi abuelo putativo, Antonio Hernández, por siempre estar pendiente de mis clases, gracias por alegrarte de mis logros y por acompañarme, por consentirme y cuidarme, aunque no tenías que hacerlo.

A mis tíos, Mariana y Jeff, por ayudarme a pagar la carrera, por creer en mi talento y apoyarme, gracias porque aunque están en la distancia, fueron un pilar muy importante.

A mis mejores amigos, por darme ánimos y fuerza cada vez que nos veíamos, por tantas risas y llantos que soportaron, por ser una curita para alma y para el corazón sin saberlo.

A mis tías/madrinas, por estar presentes desde que me conocen, por sus consejos, por escucharme y por demostrarme, que aunque pasen los años, siempre hay momentos de distracción y diversión que valgan la pena compartir.

A mi amigo, Carlos Arias, por darme la cola todas las mañanas cuando no tenía el carro, por despertarme para ir a clase y por llevarme chucherías.

A mis profesores que siempre recordaron mi nombre, Felipe González Roa, Roberto Ruíz Tovar e Iliana Palomino, gracias por estar presentes en mi formación y por dejarme entrar en sus oficinas cada vez que podía.

Gracias a todas las personas que aunque no nombre, están siempre presentes.

- Fabiana Victoria Catapano Arteaga

ÍNDICE

RESUMEN	VIII
INTRODUCCIÓN	IX
CAPÍTULO I	2
PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	2
Antecedentes académicos.....	3
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
Motivación.....	5
Problema	6
Justificación	7
Alcance y delimitación	7
Modalidad	7
Clasificación del <i>podcast</i>	8
Propuesta audiovisual	8
Formatos.....	9
CAPÍTULO II	10
MANUAL DE PRODUCCIÓN	10
Pre-producción	10
Antecedentes de otros <i>podcasts</i>	11
Delimitación del público meta	12
Buyer persona	13
Definición y justificación de la modalidad	13
Elemento diferenciador.....	16
Ficha técnica.....	16
Planificación de cada capítulo	17
Estructura	34
Propuesta de audio <i>branding</i>	34
Propuesta de identidad visual.....	35
Tipografía.....	36

Racional del logotema	38
Creación de miniatura.....	39
Producción.....	40
Plan de grabación.....	44
Grilla de contenido.....	47
Informe de locaciones.....	59
Informe de equipos	59
Permisos.....	60
Presupuesto.....	62
Hoja de llamado.....	64
Post-producción.....	70
Pieza audiovisual.....	71
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES.....	75
REFERENCIAS	76



Universidad
Monteávila

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Creación del podcast Fundatalk para visibilizar las actividades de las fundaciones y organizaciones no gubernamentales en áreas sociales ubicadas en Caracas

Autores: Arias Carlos; Brandt Matthew; Catapano Fabiana

Asesor: Tarazona, Willmar

Año: 2024

RESUMEN

FundaTalk fue un proyecto que partió de la necesidad de comunicar los servicios, aportes y metas de distintas fundaciones y organizaciones no gubernamentales en Caracas. El objetivo principal es introducir a los oyentes y espectadores en el mundo de las labores sociales, permitiendo de esta manera dar a conocer acerca de las diversas áreas que se encuentran englobadas dentro de cada una de ellas. El factor diferenciador del resto de los *podcast* presentes hoy en día es que permite conocer más acerca de las situaciones que atraviesan dichas organizaciones dentro del país, además de contar con contenido de primera mano referente a los directores y beneficiarios en Caracas. Con relación a la modalidad elegida, esta ofrece una gran oportunidad para poder desarrollar temas de interés con una audiencia diversa, de acuerdo a Mena (2023), en la actualidad se estima que más de 410 millones de personas son usuarios recurrentes de *podcast*, significando un aumento de 50 millones en comparación al 2022. El tema propuesto da pie a un *podcast* informativo y de persuasión, debido a que se presenta de forma flexible y sin limitantes como son las labores humanitarias que se realizan dentro de ellas. La conclusión a la que se llegó con este proyecto permite observar que, dentro de la sociedad venezolana, las ONG y fundaciones sin fines de lucro no han recibido el soporte adecuado por parte de los medios de comunicación. Esto resalta la necesidad de brindar y facilitar información relacionada con sus labores.

Palabras clave: ONG; Producción audiovisual; *podcast*; Concientización.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los medios de comunicación han tomado un papel fundamental para la formación y difusión de narrativas que pueden influir en la opinión pública y en la comunidad. Debido a ello, los *podcasts* han surgido como una herramienta que permite presentar información de manera accesible y versátil para diversos tipos de audiencias.

El presente proyecto titulado Fundatalk, parte de la iniciativa de visibilizar las actividades realizadas por fundaciones y ONG en Caracas. En este informe se busca estudiar como un *podcast* puede funcionar como un medio para promover las labores realizadas por dichas organizaciones, destacando sus logros e impacto positivo dentro de la sociedad.

El trabajo se encuentra estructurado por cuatro capítulos, los cuales abordarán fundaciones y organizaciones enfocadas en distintas áreas sociales. Durante el proceso de pre-producción, producción y postproducción se estableció el problema a resolver; se estudiaron los diferentes entrevistados; se creó un plan de promoción para dar a conocer el proyecto; a través de permisos se establecieron las locaciones para grabar y ejecutar las grabaciones de los episodios.

Finalmente se analizaron los resultados obtenidos, evaluando el alcance y la recepción por parte del público ante los distintos formatos de videos ejecutados. Con ello se espera motivar a la comunidad a involucrarse dentro de las labores sociales y promover a las fundaciones y organizaciones que hacen dicha labor posible.

CAPÍTULO I

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

FundaTalk, nace de la curiosidad de conocer las labores sociales llevadas a cabo en Caracas y la falta de información relacionada a estas, trayendo consigo la necesidad de indagar acerca de dichas actividades y promoverlas mediante la realización de un *podcast*, dicho proyecto se realizará con la finalidad de dar a conocer acerca de las nuevas y ya existentes fundaciones y organizaciones no gubernamentales dentro del área social que se encuentran en Caracas, así como sus servicios; aportes; necesidades; metas a corto y largo plazo, al igual que las estrategias que utilizan para continuar operando en el país.

Está diseñado para personas interesadas en formar parte de organizaciones y fundaciones que brindan apoyo a personas en distintos estratos sociales y que padecen dificultades económicas. Además de proporcionar testimonios por parte de directores de equipos ya establecidos y los pasos a seguir para comenzar nuevos proyectos. Mediante la creación del *podcast*, se busca presentar una manera distinta de conocer sobre las labores realizadas a lo largo del país, de una forma dinámica y apoyándose en los nuevos formatos audiovisuales para la comunicación, buscando generar conexión y empatía entre los invitados y los espectadores.

FundaTalk, se enfocará en presentar las historias, propuestas y estrategias de nuevas y ya establecidas organizaciones no gubernamentales (ONG) y fundaciones ubicadas en Caracas, sin embargo, debido a las facilidades tecnológicas que se encuentran presentes en la actualidad, es posible contar con la participación de embajadores internacionales.

El objetivo principal de este proyecto es introducir a los oyentes y espectadores en el mundo de las labores sociales. Además, se les dará la posibilidad de conocer más acerca de las diversas áreas que las conforman, presentando los elementos primordiales y la opción de colaborar (si así lo desean) con personas necesitadas, no solamente de sustento económico, sino promover un cambio dentro de la sociedad,

mediante diversas estrategias, desde la creación de eventos, charlas y actividades variadas dentro de la capital.

La razón para desarrollar este proyecto se basa en la necesidad de poner en práctica las nociones adquiridas durante los últimos tres años de la carrera, uniendo las habilidades y conocimientos de los estudiantes que forman parte de este PFC.

Entre las nociones que se deben conceptualizar para realizar el proyecto es necesario definir el concepto *podcast* entendiéndose como “Un contenido en audio, disponible a través de un archivo o *streaming*” (Ospina, 2022), diferenciándose de la radio convencional, “la principal característica de la radio es que se transmite en vivo. En cambio, el *podcast* es grabado para ser lanzado en distintas plataformas, donde las personas pueden escucharlo en el momento que quieran” (Rivera, 2020). El *streaming* es “una tecnología que permite transmitir y acceder a videos, audios, imágenes y otro tipo de contenidos desde cualquier dispositivo conectado a Internet, sin necesidad de descargarlo” (Pavia, 2024).

Antecedentes académicos

La estructura del presente informe se realizó a raíz de una investigación por diversos proyectos que abarcaron temas y metodologías similares a lo planteado por FundaTalk. Por consiguiente, se presentan los antecedentes académicos que ayudaron a la elaboración del proyecto:

1. Título: “**Elementos que debe tener una estrategia de comunicación exitosa para una ONG dedicada al desarrollo**” (Universidad Católica Andrés Bello)

Autor: Nathaly Estevanot, Jessica Olivares.

Año de presentación: 2014.

Resumen: En este trabajo de grado se presentan las nociones teóricas y prácticas que deben establecer las ONG en Venezuela para lograr una comunicación asertiva dentro del ámbito social, permitiendo de esta manera posicionarse dentro de la población y logrando un mayor alcance con el objetivo de persistir en el tiempo y desarrollarse plenamente.

2. Título: **“La participación de las OSCs en el contexto de la Alianza Global para la Cooperación Eficaz al Desarrollo : el caso de las OSCs en México”** (Instituto de investigaciones Dr. José María Luis Mora).

Autor: Valeria González.

Año de presentación: 2018.

Resumen: En este trabajo de grado se presenta una investigación que busca analizar la percepción de las organizaciones de la Sociedad Civil (OSCs) en México y su participación en la Alianza Global para la Cooperación Eficaz al Desarrollo, dejando ver los procesos tomados para lograr una participación dentro de la población mexicana y cumplir con los requerimientos para sus distintas labores.

3. Título: **“Ayape : documental audiovisual sobre la Fundación Proyecto Maniapure”** (Universidad Monteávila).

Autor: Manuela Cabrera, Mabel León, Daniela Padrón.

Año de presentación: 2016.

Resumen: El objetivo es permitir que todo aquel que aprecie el documental tenga la oportunidad de elaborar sus propias conclusiones a partir de los testimonios de los entrevistados, y dar a conocer un operativo de salud con más de 20 especialistas que se practica una vez al año en las cercanías del río Maniapure.

4. Título: **“Después del diagnóstico: FundaKenneth”** (Universidad Monteávila).

Autor: María Pérez, Claudia Rojas, Laura Vieira.

Año de presentación: 2022.

Resumen: Este trabajo busca documentar la labor social que a veces se deja en el olvido, sin tener en cuenta que cualquier persona puede pasar por una situación similar y necesitan de una mano amiga para así poder cubrir los gastos para vencer el cáncer. Este documental muestra el trabajo que realiza una pequeña fundación que busca que más personas se sumen a esta noble causa para ayudar a más familias.

5. Título: **“Cibus : evento gastronómico para la difusión del proyecto “Ciudad Azul” de la Fundación Autismo y Vida”** (Universidad Monteávila).

Autor: Arianna Arnal, Chantel Caldeira, Valeria Brito, Melanie Laughlin

Año de presentación: 2022.

Resumen: Este proyecto tuvo como objetivo la creación, organización y puesta en marcha del evento gastronómico llamado “Cibus”. La finalidad del mismo fue la difusión del proyecto “Ciudad Azul” de la Fundación Autismo y Vida con el propósito de recaudar fondos para el mismo; cuyo objetivo es la creación de una comunidad para personas con condiciones especiales donde puedan desarrollarse y desenvolverse con normalidad y seguridad en instalaciones ajustadas a sus necesidades.

Objetivo general

Desarrollar el *podcast* FundaTalk para visibilizar las actividades de las fundaciones y organizaciones no gubernamentales en las áreas sociales ubicadas en Caracas, dirigido a hombres y mujeres entre 20 y 50 años.

Objetivos específicos

1. Crear la personalidad de la marca con el fin de establecer sus componentes estéticos y conceptuales.
2. Desarrollar los procesos de preproducción, producción y postproducción.
3. Construir una estrategia de promoción para redes sociales.

Motivación

Debido a la carencia de información sobre las labores sociales realizadas en Caracas, sumada a la publicación de un artículo por el portal web “El Diario”, en donde se presenta información referente al cierre de ONG y fundaciones en Venezuela a través de una ley propuesta en el 2023. Con esta premisa, la motivación del presente proyecto surgió de la necesidad de comunicar la misión y el impacto que poseen las organizaciones, así como la información referente al trabajo realizado y brindar un espacio con la finalidad dar a conocer las historias, generar una conexión entre la audiencia y los entrevistados, así como fomentar la colaboración y aumentar la visibilidad de las fundaciones y ONG en Caracas.

Problema

Actualmente no hay suficientes medios de comunicación que difundan las ONG dentro del país, por lo que genera menos apoyo y más desconocimiento de las mismas. Todo se debe a raíz de las medidas que se han tomado para minimizar las labores de dichas fundaciones u organizaciones, tal como indica Noticias ONU (2023), “de ser sancionada, la ley sobre ONG puede representar un punto de no retorno en el cierre del espacio cívico y democrático en Venezuela”

De acuerdo con Flores (2023), de aprobarse dicha ley, las organizaciones deberán proveer toda la información correspondiente a su financiamiento y benefactores, ocasionando multas o el cierre de las mismas de no cumplir con los requisitos señalados.

Si bien no se tienen cifras oficiales sobre el cierre de organizaciones no gubernamentales y fundaciones en Caracas, “en diciembre de 2023, el CIVICUS Monitor degradó la calificación del espacio cívico de Venezuela de “represivo” a “cerrado” (Cardozo, 2024).

Debido a la situación que atraviesan las organizaciones y fundaciones en el país, sus labores tienden a pasar desapercibidas por el resto de la sociedad, ocasionando que cada vez sean más difíciles sus labores y el impacto que pueden tener dentro de la comunidad.

En la actualidad, no solo los más necesitados son los que hacen uso de las fundaciones y sus labores, esto se debe a que los estratos sociales en Venezuela han sufrido un cambio dentro de su clasificación. Anteriormente se encontraban clasificados como: medio establecido (B), medio emergente (B+), y alto (A). Mora (2022)

“Una persona que viva en una zona lujosa de Caracas puede ubicarse en un estrato bajo y otra que viva en un barrio pobre puede estar en el estrato “medio emergente”, según expertos.” (Kolster, 2023)

En vista de la situación actual que se presenta en el país con respecto a la visualización de las labores realizadas por las diversas instituciones, ¿es posible desarrollar un *podcast* en modalidad audiovisual para visibilizar las actividades de las fundaciones y organizaciones no gubernamentales en Caracas, dedicadas a las áreas sociales?

Justificación

La elaboración del presente proyecto se justifica en la necesidad humana de buscar promover las labores realizadas por fundaciones y organizaciones no gubernamentales, cuyo objetivo es brindar ayuda en Caracas. En base a la investigación a realizar, se responderá al problema principal planteado de acuerdo a referencias bibliográficas y datos depurados previamente.

El origen del tópico para el *podcast*, surgió a raíz de la desinformación relacionada a los proyectos y actividades realizadas por diversas fundaciones y ONG, tras la divulgación de información referente al posible cierre de muchas de ellas en todo el país, tal y como indica Flores (2023) en el artículo titulado “El posible cierre de las ONG en Venezuela pone en riesgo a los sectores más vulnerables de la ciudadanía”.

Como estudiantes de Comunicación Social en la Universidad Monteávila, se observa la necesidad de ofrecer un espacio en donde los miembros de las fundaciones y ONG puedan comunicar sus historias y aportes. Adaptando la difusión de la información a un formato moderno y accesible permite alcanzar a una audiencia más amplia, fomentando el diálogo e intercambio de opiniones entre los miembros de la comunidad.

Alcance y delimitación

Se realizarán cuatro (4) episodios de máximo 20 minutos, dirigidos a un público de hombres y mujeres entre 20 y 50 años, con diversos temas relacionados a las fundaciones y ONG relacionadas a temas sociales y que se encuentren ubicadas en Caracas, Venezuela. Además de realizar una propuesta de promoción a través de la red social Instagram y YouTube Shorts con el fin de dar a conocer el proyecto.

No se desarrollarán temáticas distintas a las áreas sociales, ni actividades emprendidas por entes gubernamentales u organizaciones lucrativas.

Modalidad

La modalidad destinada para el Proyecto Final de Grado está catalogada como una producción audiovisual, específicamente en formato *podcast*, que será transmitido en la plataforma de videos YouTube.

Clasificación del *podcast*

La clasificación del *podcast*, con respecto al contenido, se considera una producción de entretenimiento y persuasión, debido a que se busca entretener a la audiencia y al mismo tiempo dar a conocer temas relevantes sobre la actualidad de las labores sociales realizadas por las fundaciones y organizaciones no gubernamentales.

Con respecto a la técnica del proyecto, se utilizarán elementos visuales (cámaras, computadoras) y de audio para complementar la experiencia del *podcast*, el proyecto busca distraer y ofrecer un tiempo de disfrute, pero, al mismo tiempo, se clasifica como informativo porque ofrece a la audiencia herramientas y consejos aplicables en la cotidianidad.

Propuesta audiovisual

En lo que respecta a la técnica implementada, el *podcast* será desarrollado en formato de video, para generar una propuesta de contenido más atractiva, dinámica e interactiva. Tomando en referencia ambas clasificaciones presentadas por Nuzum (2019), el Proyecto Final de Carrera contará con una fusión de ambos formatos, debido a la naturaleza de los invitados y temas a tratar cuentan con características que se encuentran en ambas categorías planteadas.

Una entrevista se conoce como “la conversación que sostienen dos o más personas, en la que una parte hace preguntas y la otra responde. Todo ello con el fin de que la primera obtenga de la segunda información sobre un asunto particular” (Martínez, 2024).

En el caso de los formatos entrevistas con expertos, estos son ideales para presentar información compleja y detallada sobre un tema específico. En Funda Talk, este formato será ideal para conversaciones con expertos en el campo de la filantropía y el desarrollo social. Estas charlas permiten a los espectadores aprender sobre las últimas tendencias en el sector, los desafíos que enfrentan las organizaciones sin fines de lucro y las soluciones que están implementando.

Por otro lado, los formatos historias de impacto son ideales para presentar anécdotas personales y emotivas que conectan con la audiencia a un nivel más profundo. Al combinar ambos formatos, el Proyecto Final de Carrera podría ofrecer a los espectadores una visión completa del impacto de las fundaciones sin fines de lucro y ONG en la

sociedad. Las entrevistas con expertos proporcionarán información detallada sobre el sector, mientras que las historias de impacto conectarán con la audiencia de forma más personal.

Formatos

- Conversacional: Mediante este formato se mantiene una comunicación constante entre los entrevistados y presentadores del programa, promoviendo el intercambio de ideas, opiniones e información durante la duración de cada episodio.
- Narrativa Episódica: A pesar de encontrarse bajo una misma temática, cada episodio presenta una dinámica diferente, los episodios no comparten conexión entre ellos y pueden reproducirse de forma independiente sin afectar la continuidad del programa.

En el siguiente apartado se presentará el manual de producción, junto con la definición de los temas a presentar, referencias de distintos *podcast*, público meta y aspectos relevantes para la elaboración del proyecto.

CAPÍTULO II

MANUAL DE PRODUCCIÓN

De acuerdo con Rodrigues (2024), “un manual de procedimientos o de producción es un documento que brinda información respecto a las distintas operaciones que realiza una organización. Esta investigación también nos ayuda a determinar las diferentes fallas existentes en dichos procesos para así poderlas remediar de una manera pronta y oportuna”.

Mediante la elaboración del manual, se busca de mantener la calidad, consistencia y eficiencia dentro de la creación de cada uno de los episodios, permitiendo una mejora en la calidad de los mismos; ahorro del tiempo al momento de presentar ideas; facilita la colaboración entre los integrantes del proyecto; permite la resolución de problemas y mantiene una estandarización de los procesos necesarios para la producción del *podcast*.

Pre-producción

La pre-producción es la primera fase que se desarrolla en un proyecto, en ella se establecen los objetivos, presupuestos, se presentan y se aprueban los guiones. Para que la preproducción de un proyecto tenga éxito se deben seguir tres pasos: definir objetivos, seleccionar localizaciones y definir el equipo de trabajo (Olivero, 2023).

Cada uno de los episodios cuenta con un tema en particular, permitiendo que puedan ser visualizados sin importar el orden en el cual se reproduzcan, manteniendo la esencia y coherencia entre ellos. De igual manera, los episodios comparten características similares como lo son el espacio, la duración, la distribución de tiempo entre los entrevistadores e imagen visual.

El proyecto audiovisual está conformado por cuatro episodios, segmentados de la siguiente manera:

Tabla 1: Temas a desarrollar en el *podcast*.

Primer episodio	Fundación FundaCrystal Es una fundación dedicada a proporcionar atención especial a los niños, niñas y adolescentes con autismo, mediante terapias con profesionales.
Segundo episodio	Defensoría Madre Teresa de Calcuta Se trata de una fundación especializada en la promoción de la defensa de los derechos de los niños, niñas y adolescentes.
Tercer episodio	FundaKenneth Fundación sin fines de lucro dedicada a brindar bienestar físico, económico y emocional a los niños con cáncer.
Cuarto episodio	Provita ONG ambientalista dedicada a desarrollar soluciones socioambientales para promover el cuidado y preservación de la naturaleza.

Tabla 1: Temas a desarrollar en el *podcast*. Fuente: Elaboración propia.

Antecedentes de otros *podcasts*

Como antecedentes de otros *podcasts* que abordan temas similares al del presente proyecto y se pueden considerar referencias destacan los siguientes:

- De acuerdo con Gutiérrez (2017), “La escuelita de ONG”, es un *podcast* y

plataforma online española dedicada a ofrecer información y formación a ONG y fundaciones. Su contenido se encuentra enfocado a la administración, planificación y capacitación de personas interesadas en formar parte y crear su propia fundación u organización. Su contenido varía desde planes de comunicación, reducción de gastos, selección de voluntarios, entre otros. Dichos pilares de contenido sirvieron como inspiración para la realización de este proyecto, permitiendo obtener información para desarrollarlas dentro de los episodios.

- Conforme a lo mencionado por Rodríguez (2023), “La Magia de Conectar - Fundación Coca-Cola”, es un *podcast* que se centra en dar a conocer a los aliados que han participado junto a la fundación, así como sus experiencias y el impacto que ha tenido en ellos tales acciones. Este *podcast* funcionó como inspiración debido a la manera de presentar a los entrevistados, la forma de abordar los diferentes temas y las ideas propuestas para lograr una comunicación fluida de ambas partes.
- Acorde a Acnur (2021), “Volver a empezar”, es el primer *podcast* del Comité Español de Acnur, el cual cuenta con historias de superación personal relacionadas a situaciones de violencia, guerra y persecución. Este proyecto fue tomado como referencia debido a las temáticas que se presentan en cada uno de sus episodios y el manejo de la información correspondiente a cada caso.

Delimitación del público meta

El público meta es “un grupo de clientes al que diriges tus productos y servicios. En general, está definido por la industria y cuenta con características y necesidades que puedes aprovechar para desarrollar tu estrategia de comunicación y venta.” (Roman, 2023). El público meta de FundaTalk son hombres y mujeres venezolanos de los estratos sociales medio establecido (B), medio emergente (B+), y alto (A), entre 20 y 50 años de edad, según lo indicó Mora (2023), que buscan ayudar a las áreas más necesitadas y conocer sobre medios para hacerlo.

Buyer persona

Además del público meta, el *buyer* persona juega un papel importante a la hora de representar gráficamente el público ideal para una marca, “es una representación semificticia del cliente ideal de un negocio. Se define usando datos sociodemográficos concretos e información sobre aspectos como su conducta online, personal, profesional y de la relación con la empresa que ofrece este producto o servicio” (Vercheval, 2022)

A continuación, se anexa el *buyer* persona del *podcast* y marca digital, FundaTalk.

Imagen 1: *Buyer* Persona de FundaTalk.

LAURA
Licenciada en comunicación social

Datos

Género	: Femenino
Edad	: 30
Ubicación	: Caracas, Venezuela
Clase social	: Media emergente (B+)

Información

Egresada de la Universidad Monteávila, apasionada de la comunicación para el desarrollo, periodismo social, realizar voluntariados, asistir a eventos culturales y la producción de contenidos multimedia.

Busca aprender sobre el funcionamiento interno de las ONG y fundaciones, seguir mejorando sus habilidades en comunicación y poder participar activamente en actividades que generen un impacto positivo en la sociedad.

Entre sus preocupaciones se encuentran el no tener suficiente tiempo para investigar sus temas de interés, no lograr destacar con sus reportajes y sentirse atascada en su vida laboral.

Imagen 1. *Buyer* Persona de FundaTalk. Fuente: Elaboración propia.

Definición y justificación de la modalidad

1. Se realizará un *Show Multi-Host*, debido a que Funda Talk, tiene como objetivo generar un contenido entretenido e informativo, en el que cada uno de los entrevistadores aporten un estilo diferente a cada pregunta y se demuestre la personalidad de cada uno,

permitiendo una conversación fluida entre todos los involucrados. Además, al contar con diferentes *hosts*, se presentan múltiples perspectivas referentes al tema, lo que enriquece la experiencia del espectador.

2. El formato del *podcast* será audiovisual, contando con un contenido que pueda ser visualizado y escuchado, con la finalidad de evitar la monotonía al momento de presentar los temas al público.

3. Los episodios tendrán una duración máxima de 20 minutos. Esta duración está establecida de acuerdo con las directrices y normativas del Manual de elaboración de Proyectos Finales de Carrera bajo la modalidad Audiovisual de género *Podcast*.

4. Todos los episodios estarán segmentados entre *intro*, desarrollo del tema y *outro*.

A continuación se presenta un guion modelo o escaleta para la realización de los episodios, permitiendo visualizar el orden y comprensión del contenido. “El guion de ideas se trata de un documento en el que apuntamos las ideas centrales y más importantes de un texto o un tema. Este sirve para poder reconstruir un tema o poder explicarlo a partir de ellas” (miejemplos, s.f).

Tabla 2: Escaleta inicial de episodios.

SECCIÓN	INICIO	FINAL
Introducción	00:00	01:00
Introducción al tema	01:00	03:00
Desarrollo del tema	03:00	18:00
Despedida	18:00	20:00

Tabla 2: Escaleta inicial de episodios. Fuente: Elaboración propia.

5. Se presentarán cuatro (4) episodios a la Facultad de Comunicación e Información,

siguiendo los parámetros preestablecidos en el Manual de *Podcast* Audiovisual de la Universidad Monteávila.

6. La locación seleccionada para la grabación de los cuatro episodios del *podcast*, será el estudio de radio de la Universidad Monteávila, Radio UMA.

7. La frecuencia de publicación de cada episodio estará distribuida de la siguiente manera:

- Se publicará un episodio por semana en la plataforma de videos YouTube, el día miércoles a las 8:00 p.m. Se eligió esta plataforma de *streaming* debido a que permite subir contenido audiovisual de forma gratuita, facilitando el alcance a los espectadores.

8. Plan de difusión multimedia: También conocido como plan de promoción. “Un plan de difusión es un documento detallado con las estrategias necesarias para promocionar un contenido, ya sea un artículo, un vídeo de YouTube, etc” (Simón, 2022).

9. El contenido multimedia desarrollado para dar a conocer el *podcast* en plataformas diferentes a YouTube se publicará en la red social Instagram.

- Se creará una cuenta de Instagram dedicada al *podcast*.
- Se publicará contenido periódicamente en la cuenta para dar a conocer a sus integrantes y entrevistados. (Ver imagen 9 y 10)
- Se crearán *reels* dedicados a mostrar fragmentos de los episodios a estrenar. (Ver imagen 9 y 10)
- Se publicarán 4 *posts* por semana, para anunciar el estreno de cada episodio. De igual manera, los *reels* serán publicados en la semana en que se estrena cada episodio. De esta manera se logra llamar la atención de los seguidores y obtener mayor alcance.
- Se monitoreará el rendimiento de la cuenta de Instagram y YouTube a través de aplicaciones de terceros como Metricool con el fin de comprender internamente el impacto de los episodios, con fines meramente referenciales. “Metricool es una

herramienta que sirve de alternativa a la propia aplicación para medir lo que ocurre en tus redes sociales.” (Bravo, 2015).

Elemento diferenciador

El factor diferenciador del podcast FundaTalk es el acercamiento que posee con los espectadores y el enfoque que presenta. No solo se trata de un programa para exponer las fundaciones y ONG de forma general, sino que permite indagar en el factor humano de cada una, más allá de promover sus labores, funciona como un espacio de aprendizaje y expresión.

El elemento diferenciador es: “Una herramienta que permite remarcar los aspectos positivos y ventajas únicas que ofrece una marca, bien o compañía en comparación con su competencia. Estas estrategias permiten que los consumidores identifiquen los exclusivos beneficios de una solución a la hora de adquirir un producto o contratar un servicio.” (Rodrigues, 2022).

De igual manera, los integrantes del proyecto pueden compartir sus experiencias con el entrevistado y los oyentes, dando su punto de vista y reflexiones sobre los temas a tratar, con un enfoque humano, cercano y directo.

Ficha técnica

Una ficha técnica es un documento utilizado en las producciones audiovisuales que permite visualizar la información detallada sobre los roles de cada integrante, las locaciones y aplicaciones. Mediante esta herramienta se pueden visualizar los datos relevantes sobre el proyecto, los materiales empleados y las capacidades del equipo (Alvarez, 2023).

Tabla 3: Ficha técnica.

ROLES	
Locutores	Carlos Arias, Matthew Brandt, Fabiana Catapano

Editora	Fabiana Catapano
Guionista	Matthew Brandt
Edición de sonido	Víctor Pacheco y Fabiana Catapano
Productor	Victor Pacheco
ASPECTOS GENERALES	
Tipo de narrativa	Opinión, Persuasivo
Duración	20:00 minutos (máximo)
Frecuencia	1 episodio semanal
Plataforma	YouTube
Locación	Estudio de radio, Radio UMA
Episodio 1	FundaTalk - Ep. 01 / "La discapacidad es un concepto que evoluciona"
Episodio 2	FundaTalk Ep. 02 / "Hacemos el abordaje y llevamos soluciones a sus problemas"
Episodio 3	FundaTalk Ep. 03 / "Brindarle al niño una realidad distinta"
Episodio 4	FundaTalk Ep. 04 / "Todos llevaban un pedacito de Provita sus bolsillos"

Tabla 3: Ficha técnica. Fuente: Elaboración propia.

Planificación de cada capítulo

Para la planificación de cada capítulo de Funda Talk, se utilizaron guiones técnicos para tener control sobre la información a presentar y pasos a seguir para la realización

de cada pieza. De acuerdo con Cinedidacta (s.f), en su artículo *¿Guion técnico para vídeo y cine: ¿Cómo se hace?*, define al guion técnico como una lista detallada de los planos a utilizarse dentro de un proyecto audiovisual, permitiendo que cada miembro del equipo conozca cómo se va filmar de acuerdo a lo establecido por el guionista durante la fase de la preproducción.

A la par del guion técnico, también se utilizó un guion literario, con la finalidad de establecer los diálogos dentro de cada episodio, “es una herramienta creativa y técnica que transforma la idea inicial de una historia en un texto escrito que guía a los directores, actores y técnicos en la realización de una producción artística” (SignificadosWeb, s.f).

A continuación, se presentarán los guiones de los cuatro episodios de FundaTalk:

Tabla 4: Guion del episodio 1.

EPISODIO 01: Fundación FundaCrystal	
Guion técnico	Guion literario
<p>Intro (0:05”) Video: intro.mp4</p>	
<p>Imágenes de apoyo: <i>In:</i> 00:06 <i>Out:</i> 00:36 Archivos: 1,2,3 y 4. Cámara 2 - Primer plano Presentación de la entrevistada <i>Insert:</i> Mary Ortega Presidenta de Funda Crystal</p>	<p>Mary Ortega: <i>In:</i> “Yo soy María Ortega...” <i>Out:</i> ...tenían los mismos privilegios.”</p>

<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p> <p><i>Insert:</i> Carlos Arias Host</p>	<p>Carlos Arias: ¿hubo alguna fundación como la que usted tiene ahora que le dio esa ayuda para entender cómo tratarlo, qué cosas hacer, qué cosas no hacer?</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Encuadre a la entrevistada</p>	<p>Mary Ortega:</p> <p>In: “Mira, yo recibo el diagnóstico mucho antes...</p> <p>Out: ...entonces he tenido esa gran suerte.”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p>	<p>Matthew Brandt: me llamó la atención la barrera actitudinal que se puede encontrar en las escuelas donde llevan a los niños, donde puede haber cierta, bueno, esa misma barrera de de profesores o de cargos mayores que dificulten el aprendizaje del niño o incluso la vinculación de la familia dentro de la institución. Quisiera que nos hablara un poco más de eso.</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Encuadre a la entrevistada</p>	<p>Mary Ortega:</p> <p>In: “Sí, yo pienso que hay muchas barreras que te vas a conseguir...</p>

	Out: ...más allá de que tenga una condición.”
Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor	Carlos Arias: También quería que nos comentará un poco sobre los tipos de actividades que hacen en la fundación. ¿qué se toca en ese tipo de actividades? Y bueno, ¿cómo es todo el proceso de llevar a cabo una actividad de ese tema? Que obviamente, ¿cuáles son los pasos a seguir? Y por último también, ese espacio que tienen ustedes en Fundacystal para recibir pues a todos los niños y los padres que bueno, sufren esta condición, ¿cómo es todo ese proceso?
Cámara 2 - Primer plano Encuadre a la entrevistada	Mary Ortega: In: “Fíjate, en principio.... Out: ...sé que el trabajo es maravilloso.”
Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor	Fabiana Catapano: ¿Qué hay para funda cristal hoy y en un futuro? ¿Cuáles son esas metas que quieres ver materializadas?
Cámara 2 - Primer plano Encuadre a la entrevistada	Mary Ortega: In: “Ya se han materializado algunas.... Out: ...Colegio de Profesores del Perú.”

<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p> <p>Cierre</p>	<p>Fabiana Catapano: bueno ya para cerrar esta esta entrevista me gustaría que comentes cómo las personas pueden llegar a ti cómo te pueden contactar ¿por qué medio?</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Encuadre a la entrevistada</p> <p>Colocar <i>insert</i> con el número de teléfono y las redes sociales de “FundCrystal” (18’35”)</p>	<p>Mary Ortega:</p> <p>In: “bueno las redes sociales....</p> <p>Out: ...Facebook funda cristal.”</p>
<p>Outro (0:05”)</p> <p>Video: intro.mp4</p>	

Tabla 4. Guión para el episodio 1. Fuente: Elaboración propia

Tabla 5: Guion del episodio 2.

EPISODIO 02: Defensoría Madre Teresa de Calcuta	
Guion técnico	Guion literario
<p>Intro (0:05”)</p> <p>Video: intro.mp4</p>	
<p>Imágenes de apoyo:</p> <p>In: 00:06 Out: 00:39</p>	<p>Mónica Ponce:</p> <p>In: “Generalmente, la gente empieza</p>

<p>Archivos: 4,5,6 y 7.</p> <p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Presentación de la entrevistada</p> <p>Insert: Mónica Ponce </p> <p>Presidenta de Defensoría</p> <p>Madre Teresa</p>	<p>diciendo....</p> <p>Out: ...llevar a cabo dicha gestión.”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p>	<p>Carlos Arias: También viendo un poco en el perfil de Instagram de la Defensoría, me llama la atención que dicen que hacen sus labores a través de una gestión integral, participativa e incluyente. Sí, me puedes contar un poco más sobre cómo es esa gestión, qué es lo que al momento de ustedes ir a ciertas zonas, cómo es todo ese proceso para pues llevar a cabo dicha gestión.</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Encuadre a la entrevistada</p>	<p>Mónica Ponce:</p> <p>In: “fíjate, lo que hacemos en principio....</p> <p>Out: ...Pasamos un día con ellos.”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio</p>	<p>Fabiana Catapano: Yo quisiera preguntarte.</p>

Encuadre al locutor	en base a todo lo que nos has estado comentando ¿cómo haces para conseguir toda esta ayuda?
Cámara 2 - Primer plano Encuadre a la entrevistada	Mónica Ponce: In: “En cuanto a cómo conseguimos ayuda.... Out:...Agradeceremos cualquier ayuda que puedan brindarnos.”
Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor	Matthew Brandt: ¿Nos pudieras contar una anécdota que te haya impactado demasiado?
Cámara 2 - Primer plano Encuadre a la entrevistada	Mónica Ponce: In: “Ahora, sobre una anécdota.... Out:...me ha impactado hasta ahora.”
Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor	Matthew Brandt: quisiera que no contara un poco sobre sus planes a futuro
Cámara 2 - Primer plano Encuadre a la entrevistada	Mónica Ponce: In: “A futuro muchísimo.... Out:...servicio comunitario con la universidad.”

<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p> <p>Cierre</p>	<p>Carlos Arias: Si nos puedes dar otra vez tus redes sociales para que más gente pueda contactarse contigo y unirse a toda esta labor que ustedes están haciendo.</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Plano a la entrevistada</p> <p>Colocar <i>instert</i> con el número de teléfono y las redes sociales de “Defensoría Madre Teresa de Calcuta”</p> <p>(19’24”)</p>	<p>Mónica Ponce:</p> <p>In: “Sí, vale, claro que sí....</p> <p>Out:...ahí estaremos dispuestos a ayudarlos.”</p>
<p>Outro (0:05”)</p> <p>Video: intro.mp4</p>	

Tabla 5. Guion para el episodio 2. Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Guion del episodio 3.

<p>EPISODIO 03: FundaKenneth</p>	
<p>Guion técnico</p>	<p>Guion literario</p>
<p>Intro (0:05”)</p> <p>Video: intro.mp4</p>	

<p>Imágenes de apoyo: In: 00:06 Out: 00:39 Archivos: 8,9,10 y 11.</p> <p>Cámara 2 - Primer plano Presentación del entrevistado Insert: Alfonso Brandt Presidente de FundaKenneth</p> <p>Cámara 2 Presentación del entrevistado</p>	<p>Alfonso Brandt: In: “Mi nombre es Alfonso Brandt,.... Out:...quien está en el cielo.”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor</p>	<p>Carlos Arias: ¿Por qué hacen tanto énfasis en el acompañamiento al paciente? y ¿Por qué esto es un elemento diferenciador entre ustedes y otras fundaciones?</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano Encuadre al entrevistado</p>	<p>Alfonso Brandt: In: “Okey, te cuento esto.... Out:...ni de nada más.”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor</p>	<p>Matthew Brandt: ¿Qué tipo de eventos realiza la fundación?</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano Encuadre al entrevistado</p>	<p>Alfonso Brandt: In: “Okay, este tema lo tocamos muy....</p>

	Out:...para los niños.”
Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor	Fabiana Catapano: ¿Cómo obtienen las donaciones para seguir ayudando a los niños?
Cámara 2 - Primer plano Encuadre al entrevistado	Alfonso Brandt: In: “Fíjate que a través.... Out:...durante 8 años muchísimo.”
Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor	Carlos Arias: ¿Cuáles son los planes a futuro de Funda Kenneth?
Cámara 2 - Primer plano Encuadre al entrevistado	Alfonso Brandt: In: “Por los mismos cambios.... Out:...alabado sea Dios.”
Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor Cierre	Carlos Arias: de verdad que muchísimas gracias Alfonso por tu tiempo, por contar todas estas experiencias con nosotros, ¿puedes decirnos las redes sociales de la fundación? para que así más gente pueda conocer la labor que hacen y puedan incluso sumarse a colaborar con ustedes.

<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Encuadre al entrevistado</p> <p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Plano al entrevistado</p> <p>Colocar <i>instert</i> con el número de teléfono y las redes sociales de “FundaKenneth” (19’29”)</p>	<p>Alfonso Brandt:</p> <p>In: “Con todo gusto</p> <p>Out:...alabado sea Dios.”</p>
<p>Outro (0:05”)</p> <p>Video: intro.mp4</p>	

Tabla 6. Guion para el episodio 3. Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Guion del episodio 4.

EPISODIO 04: Provita	
Guion técnico	Guion literario
<p>Intro (0:05 segundos)</p> <p>Video: intro.mp4</p>	
<p>Imágenes de apoyo 1: (40”)</p> <p>In: 00:06 Out: 00:39</p>	<p>Bibiana Sucre:</p> <p>In: “Provita comenzó como...”</p>

<p>Archivos: 8,9,10 y 11.</p> <p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Presentación de la entrevistada</p> <p>Insert: Bibiana Sucre Directora ejecutiva de Provita</p> <p>Colocar <i>insert</i> con el nombre de Bibiana Sucre, su cargo y sus redes sociales (42")</p> <p>Cámara 2</p> <p>Presentación de la entrevistada</p> <p>Imágen de apoyo 2: (1'40")</p>	<p>Out: ... son esas evaluaciones"</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p> <p>Colocar <i>insert</i> con el nombre de Carlos Arias, host y redes sociales de FundaTalk</p> <p>(2')</p>	<p>Carlos Arias:</p> <p>¿Podrías comentarnos un poco sobre cuales son las iniciativas que tiene provita?</p>

<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Encuadre a la entrevistada</p> <p>Colocar <i>insert</i> con la frase</p> <p>“Investigación, la más grande” (2´9”)</p> <p>Colocar <i>insert</i> con la frase</p> <p>“Educación, dar a conocer” (3´40”)</p> <p>Colocar insert con la web</p> <p>“yocambio.info” (4´28”)</p> <p>Colocar insert con la oración</p> <p>“Acciones de conservación” (4´36”)</p> <p>imagen de apoyo 3 (5´01”)</p>	<p>Bibiana Sucre:</p> <p>In: “Provita tiene tres...</p> <p>Out: ...suelo, muchas cosas”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p>	<p>Fabiana Catapano:</p> <p>¿Nos puedes comentar un poco más sobre el</p>

<p>Colocar <i>insert</i> con el nombre de Fabiana Catapano, host y redes sociales de FundaTalk (7'34")</p>	<p>libro rojo?</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano Encuadre a la entrevistada Imagen de apoyo 4 (8'28")</p> <p>Imagen de apoyo 5 (9'31")</p> <p>Colocar insert "4000 evaluados y 290 amenazadas"</p>	<p>Bibiana Sucre: In: "El libro rojo... Out: ... importante eso también"</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio Encuadre al locutor</p> <p>Colocar <i>insert</i> con el nombre de Fabiana Catapano, host y redes sociales de FundaTalk</p>	<p>Fabiana Catapano: ¿Cuáles son tus principales alianzas?</p>

<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Encuadre a la entrevistada</p> <p>Colocar <i>insert</i> “Las alianzas lo son todo” (11’44”)</p> <p>Colocar <i>insert</i> “provita_ong” (12’28”)</p> <p>Imagen de apoyo 6 (12’50”)</p>	<p>Bibiana Sucre:</p> <p>In: “Las alianzas son...”</p> <p>Out: “...tipos de alianzas”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p> <p>Colocar <i>insert</i> con el nombre de Matthew Brandt, host y redes sociales de FundaTalk (13’31”)</p>	<p>Matthew Brandt: ¿Cómo puede hacer uno para formar parte de sus actividades?</p>

<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Plano a la entrevistada</p> <p>Colocar insert</p> <p>“información @povitaonline.org”</p> <p>(14'07”)</p>	<p>Bibiana Sucre:</p> <p>In: “Si tenemos una...</p> <p>Out: ...un apoyo adicional”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Plano al locutor</p>	<p>Fabiana Catapano:</p> <p>¿Tienes alguna anécdota que quieras compartir?</p>
<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Plano a la entrevistada</p> <p>Colocar insert “Siguenos en instagram @Fundatalk”</p> <p>(15'54”)</p> <p>Imagen de apoyo 7</p> <p>(16'32”)</p>	<p>Bibiana Sucre:</p> <p>In: “Quizás la primera</p> <p>Out: ...trabajo en campo”</p>
<p>Cámara 1 - Plano medio</p> <p>Encuadre al locutor</p>	<p>Carlos Arias:</p> <p>¿Nos podría compartir sus redes sociales?</p>

<p>Cámara 2 - Primer plano</p> <p>Plano a la entrevistada</p> <p>Colocar <i>insert</i> con las redes sociales de Provita</p> <p>(18'02")</p> <p>Colocar <i>insert</i> con la página web "www.provita.org.ve"</p> <p>(18'11")</p>	<p>Bibiana Sucre:</p> <p>In: "Nos pueden encontrar..."</p> <p>Out: "... está ahí disponible"</p>
	<p>Matthew Brandt: Gracias Bibiana. nuevamente me encuentro maravillado con toda esta labor. De verdad que en lo personal a mí me gustaría participar un día, porque es muy bonito tener ese encuentro de uno formar parte de esto y todos estamos, por decirlo de una manera, en el mismo barco y todos tenemos que trabajar de la mano para que podamos conservar la biodiversidad de Venezuela, que como he dicho en varias ocasiones, es prácticamente única en el mundo. Y de verdad, me quito el sombrero con ustedes, de verdad, agradecido contigo de qué viniste acá a</p>

	deleitarnos con esta información y con las anécdotas. De verdad, muchas gracias.
Outro (0:05 segundos) Video: intro.mp4	

Tabla 7. Guion para el episodio 4. Fuente: Elaboración propia

Estructura

La estructura de cada episodio de FundaTalk está distribuida de la siguiente manera:

- **Presentación (40 segundos estimados)**
 1. Tapa de inicio
- **Introducción (3 minutos estimados)**
 2. Presentación del invitado
 3. Introducción al tema
- **Desarrollo (16 minutos estimados)**
 4. Entrevista
- **Despedida (1 minuto)**
 5. Cierre
 6. Despedida del episodio y del invitado

Propuesta de audio *branding*

La pista elegida para la producción de FundaTalk lleva el nombre de “*A perfect day*” de Young (2020), es un audio libre de derechos de autor extraído de UppBeat. Se utilizará desde el segundo 0:00 al 0:05 para el *intro* y para el *outro* de cada uno de los episodios.

A continuación se presentan la *intro* y *outro* de cada episodio:

Imagen 2: [Intro](#)



Imagen 2. *Intro* de los episodios. Fuente: Elaboración propia

Imagen 3: [Outro](#)



Imagen 3. *Outro* de los episodios. Fuente: Elaboración propia

Propuesta de identidad visual

La identidad visual del PFC FundaTalk se encuentra conformada por su logo; paleta de colores; *banner* del canal de YouTube y sus miniaturas para cada video.

La identidad visual de una marca se refiere al conjunto de elementos gráficos y visuales utilizados para comunicar los valores, mision y posicionamiento hacia el público, tales como el logo, productos, nombre, paleta de colores. Perez (2020)

La paleta de colores seleccionada para el proyecto, consiste de los colores verde; rojo y amarillo. Para Castellero (2018), el color verde se relaciona con la naturaleza y vegetación, trayendo consigo connotaciones positivas, vinculandose con la inocencia y la riqueza. De igual manera se eligió el color rojo, debido a que este representa la fortaleza y la pasión, captando de esta manera la atención del espectador.

En el caso del color amarillo, este se relaciona con el optimismo, la claridad y se asocia

con la juventud. Lo que permite generar una mayor conexión con el público objetivo del proyecto. Guzmán (2018).

Los colores seleccionados se basaron en la teoría del color, “La teoría del color es un conjunto de directrices que marcan la mezcla de los colores para crear combinaciones en proyectos de diseño gráfico, fotografía, pintura y edición de vídeo” (Romero, s.f).

Imagen 4: Paleta de colores.



Imagen 4. Paleta de colores de FundaTalk. Fuente: Elaboración propia

Tipografía

Durante la elaboración de la propuesta visual se utilizaron tres tipos de tipografías, cada una con un rol en específico, dividiéndose entre el logo, el *banner* y los videos en redes sociales.

Para la elaboración de la tipografía del logo se utilizó el programa de inteligencia artificial Copilot, el cual “es un sistema de inteligencia artificial creado por Microsoft. Es lo que se llama un sistema conversacional, lo que quiere decir que la manera de controlarlo e interactuar con esta IA es a través de un chat” (Fernández, s.f), mediante la opción de generar imágenes, la cual permitió crear el logotipo junto al tipo de letra utilizado, al tratarse de un programa virtual, se desconoce el tipo de tipografía el cual fue empleada al generar la imagen.

La tipografía utilizada para la creación del *banner* del canal de YouTube se empleó el estilo Montserrat, el cual forma parte de la familia Sans Serif, esta es “un tipo de letra sin adornos en la parte superior e inferior de cada letra” (tipografía.es, s.f). Se eligió esta tipografía debido a su legibilidad al momento de crear contenido simple y estéticamente

llamativo y minimalista, la cual se puede observar en los distintos apartados dentro del *banner*.

Durante la creación de los videos de redes sociales se utilizó el estilo Avenir, la cual también se encuentra dentro de la familia Sans Serif, esta tipografía es la predeterminada de la aplicación de videos CapCut. Se decidió utilizar este tipo de letra debido a su sencillez al momento de crear subtítulos para el contenido. De acuerdo con Capakcuttikapptok (2023) “Avenir es conocida por su estilo limpio y moderno, lo cual la convierte en una elección popular en diversos ámbitos de diseño.”

Imagen 5: Tipografía utilizada en *banner*.

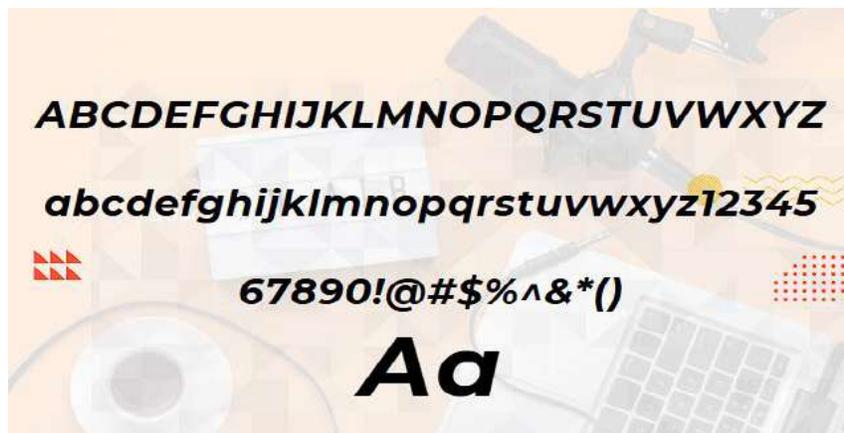


Imagen 5. Tipografía para *banner* de FundaTalk. Fuente: Elaboración propia

Imagen 6: Tipografía para videos de redes sociales.

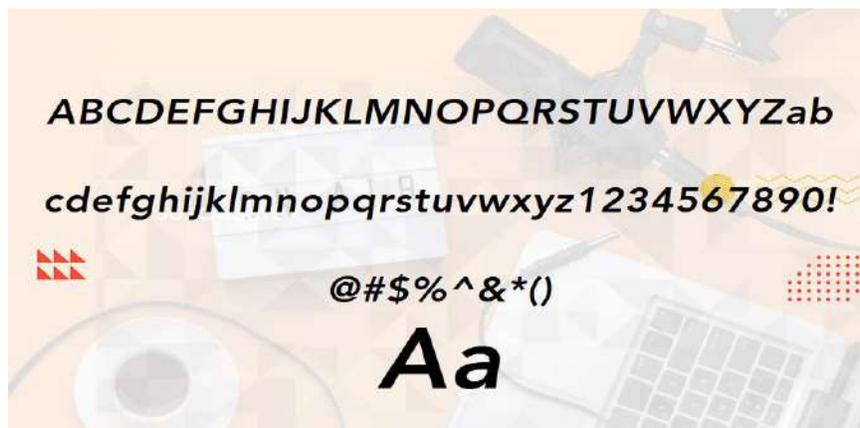


Imagen 5. Tipografía para videos en redes sociales de FundaTalk. Fuente: Elaboración propia

Racional del logotema

El logo del proyecto está conformado por los colores seleccionados en la paleta de colores, junto a una pieza de rompecabezas, esto debido a que de acuerdo a Puzzlopia (s.f) “Cada pieza de puzzle es única, pero cuando se une a otras, forma un conjunto más grande y armonioso. En este sentido, la pulsera con una pieza de puzzle puede ser una metáfora de la complementariedad que existe entre las personas. Cada uno de nosotros tiene algo que ofrecer, una habilidad, un talento, una idea, y cuando todas esas piezas son unidas, forman un grupo más fuerte y completo.”

En este sentido, el rompecabezas simboliza la unión de cada uno de los miembros, complementandose por un fin en común.

Imagen 7: Logo.



Imagen 7. Logotipo de FundaTalk. Fuente: Microsoft Copilot

El *banner* creado para el proyecto muestra los elementos gráficos presentados anteriormente, sumado a una imagen referente a los *podcast*, como lo es el micrófono y una tabla de sonido. De igual manera, se introduce el *slogan* oficial, el cual es “3 voces, 1 causa”, en relación al número de integrantes que forman parte de la realización de los episodios.

Imagen 8: *Banner* de YouTube.



Imagen 8. Logotipo de FundaTalk. Fuente: Elaboración propia

Creación de miniatura

Las miniaturas de los videos poseen dos diseños, principalmente con los integrantes junto al entrevistado, y la alternativa en la cual se presenta el logo de la fundación u ONG. En cada una de las miniaturas se distinguen los colores y elementos gráficos de la identidad visual establecida.

Imagen 9: Miniatura del primer episodio.



Imagen 9. Miniatura de FundaTalk. Fuente: Elaboración propia

Imagen 10: Miniatura del tercer episodio.



Imagen 10. Miniatura de FundaTalk. Fuente: Elaboración propia

Producción

La producción dentro de las etapas de producción de un contenido audiovisual se basa en el rodaje del material necesario, se trata de la fase más importante, intensa y exigente, contando con coordinación entre cada miembro, “es el proceso de crear contenido visual y auditivo con el fin de transmitir un mensaje, contar una historia o capturar un momento. Esta forma de expresión combina elementos como imágenes, sonidos, efectos especiales, música y narrativa para crear una experiencia multisensorial para el espectador”. (Méndez, s.f).

Desglose de producción

Tabla 8: Planilla de desglose 1.

PLANILLA DE DESGLOSE DE PRODUCCIÓN PAUTA # 1		
Producción: FundaTalk	No: 1	
Decorado: n/a	Día: Sí	
Locación: Radio UMA		

Resumen de la grabación: Entrevista a Mary Ortega sobre las labores de la fundación “FundaCrystal” y la concientización del autismo.	Entrevistado: Mary Ortega	Equipos técnicos: Micrófonos, consola de sonido, computadoras y cámaras	Utilería: n/a
Equipo de producción: Carlos Arias, Matthew Brandt, Fabiana Catapano (Dirección, producción y locución) Víctor Pacheco (ingeniero de sonido)			

Tabla 8. Desglose de producción. Fuente: Elaboración propia

Tabla 9: Planilla de desglose 2.

PLANILLA DE DESGLOSE DE PRODUCCIÓN PAUTA # 2			
Producción: FundaTalk	No: 2		
Decorado: n/a	Día: Sí		
Locación: Radio UMA			
Resumen de la grabación:	Entrevistado: Mónica Ponce	Equipos técnicos:	Utilería: n/a

Entrevista a Mónica Ponce sobre las labores de la fundación “Defensoría Madre Teresa” y el impacto en la sociedad.		Micrófonos, consola de sonido, computadoras y cámaras	
Equipo de producción: Carlos Arias, Matthew Brandt, Fabiana Catapano (Dirección, producción y locución) Víctor Pacheco (ingeniero de sonido)			

Tabla 9.Desglose de producción. Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Planilla de desglose 3.

PLANILLA DE DESGLOSE DE PRODUCCIÓN PAUTA # 3			
Producción: FundaTalk	No: 3		
Decorado: n/a	Día: Sí		
Locación: Radio UMA			
Resumen de la grabación: Entrevista a Alfonso Brandt sobre la historia y	Entrevistado: Alfonso Brandt	Equipos técnicos: Micrófonos, consola de sonido,	Utilería: n/a

actividades de “FundaKenneth”		computadoras y cámaras	
Equipo de producción: Carlos Arias, Matthew Brandt, Fabiana Catapano (Dirección, producción y locución) Víctor Pacheco (ingeniero de sonido)			

Tabla 10. Desglose de producción. Fuente: Elaboración propia

Tabla 11: Planilla de desglose 4.

PLANILLA DE DESGLOSE DE PRODUCCIÓN PAUTA # 4			
Producción: FundaTalk	No: 4		
Decorado: n/a	Día: Sí		
Locación: Radio UMA			
Resumen de la grabación: Entrevista a Bibiana Sucre sobre las iniciativas que tiene “Provita” para el cuidado del ambiente y la educación.	Entrevistado: Bibiana Sucre	Equipos técnicos: Micrófonos, consola de sonido, computadoras y cámaras	Utilería: n/a

<p>Equipo de producción: Carlos Arias, Matthew Brandt, Fabiana Catapano (Dirección, producción y locución)</p> <p>Víctor Pacheco (ingeniero de sonido)</p>	
--	--

Tabla 11.Desglose de producción. Fuente: Elaboración propia.

Plan de grabación

En el siguiente apartado se muestran las pautas de grabación de los episodios, indicando los días en los cuales se realizaron las grabaciones y se publicó contenido a las redes sociales de Instagram, YouTube y Youtube Shorts.

Imagen 11: Plan de publicación de mayo en Instagram y Youtube Shorts.

05 **MAYO** 2024

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7 Presentación del grupo en Stop Motion	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21 Video "Muy pronto" antes del primer Ep	22 Foto grupal con Mary Ortega "Fundacrystal"	23 Presentación en Stop Motion de Carlos	24 Presentación en Stop Motion de Fabiana	25 Presentación en Stop Motion de Matthew
26 1er video de Fundacrystal (IG y YT)	27 2do reel de Fundacrystal (IG y YT)	28 3er reel de Fundacrystal (IG y YT)	29	30 Foto grupal con Mónica Ponce "Defensoría Madre Teresa"	31 1er reel de Defensoría Madre Teresa (IG y YT)	

Imagen 11. Plan de publicación de mayo en Instagram y Youtube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 12: Plan de publicación de junio en Instagram y Youtube Shorts.

06

JUNIO

2024

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sáb
						1
2	3 2do video de Defensoría Madre Teresa (IG y YT)	4 3er video de Defensoría Madre Teresa (IG y YT)	5 Foto con Alfonso Brandt "FundKenneth"	6 1er video de FundaKenneth (IG y YT)	7 2do video de FundaKenneth (IG y YT)	8 3er video de FundaKenneth (IG y YT)
9	10 Foto grupal con Bibiana Susa y 1er video: Provita (IG y YT)	11 2do video de Provita (IG y YT)	12 3er video de Provita (IG y YT)	13	14	15

Imagen 12. Plan de publicación de junio en Instagram y Youtube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 13: Grabaciones de contenido en abril.

04

ABRIL

2024

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16 Grabación Ep "FundaCrystal"	17 Grabación Ep "Defensoría Madre Teresa"	18	19	20

Imagen 13. Grabaciones de contenido en abril. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 14: Grabaciones de contenido en mayo.

05

MAYO

2024

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15 Grabación Ep "Fundakenneth"	16	17	18

Imagen 14. Grabaciones de contenido en mayo. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 15: Grabaciones de contenido en junio.

06

JUNIO

2024

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sáb
						1
2	3	4	5	6 Grabación Ep "Provita"	7	8
9	10	11	12	13	14	15

Imagen 15. Grabaciones de contenido en junio. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 16: Plan de publicación de episodios en mayo en YouTube.

05

MAYO

2024

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
20	21	22 Publicación Ep 1 "FundCrystal"	23	24	25	26
27	28	29 Publicación Ep 2 "Defensoría Madre Teresa"	30	31		

Imagen 16. Plan de publicación de episodios en mayo en YouTube. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 17: Plan de publicación de episodios de junio en YouTube.

06

JUNIO

2024

Domingo	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sáb
						1
2	3	4	5 Publicación Ep 3 "FundKenneth"	6	7	8
9	10 Publicación Ep 4 "Provita"	11	12	13	14	15

Imagen 17. Plan de publicación de episodios de junio en YouTube. Fuente: Elaboración propia.

Grilla de contenido

Una grilla de contenido según Flores (2022), es “un cronograma en el que organizamos de manera visual y la forma en que se mostrarán todos los contenidos de nuestra empresa en las distintas redes sociales. Una grilla de contenidos es una herramienta virtual, en la que organizas cómo estás distribuyendo el contenido de tu marca y cómo lo haces llegar a las personas que te visitan.”

A continuación se presentan las publicaciones realizadas en la plataforma Instagram

y YouTube Shorts:

Imagen 18: Presentación del grupo.



Imagen 18. Publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 19: Video "Muy pronto".



Imagen 19. Publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 20: Foto grupal con Funda Crystal.



Imagen 20. Publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 21: Presentación en stop motion de Carlos.



Imagen 21. Publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 22: Presentación en *stop motion* de Fabiana.



Imagen 22. Publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 23: Presentación en *stop motion* de Matthew.



Imagen 23. Publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 24: Primer video sobre Funda Crystal.



Imagen 24. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 25: Segundo video sobre Funda Crystal.



Imagen 25. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 26: Tercer video sobre Funda Crystal.



Imagen 26. Publicación en Instagram y en Youtube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 27: Foto grupal con Defensoría Madre Teresa.



Imagen 27. Publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 28: Primer video sobre Defensoría Madre Teresa.

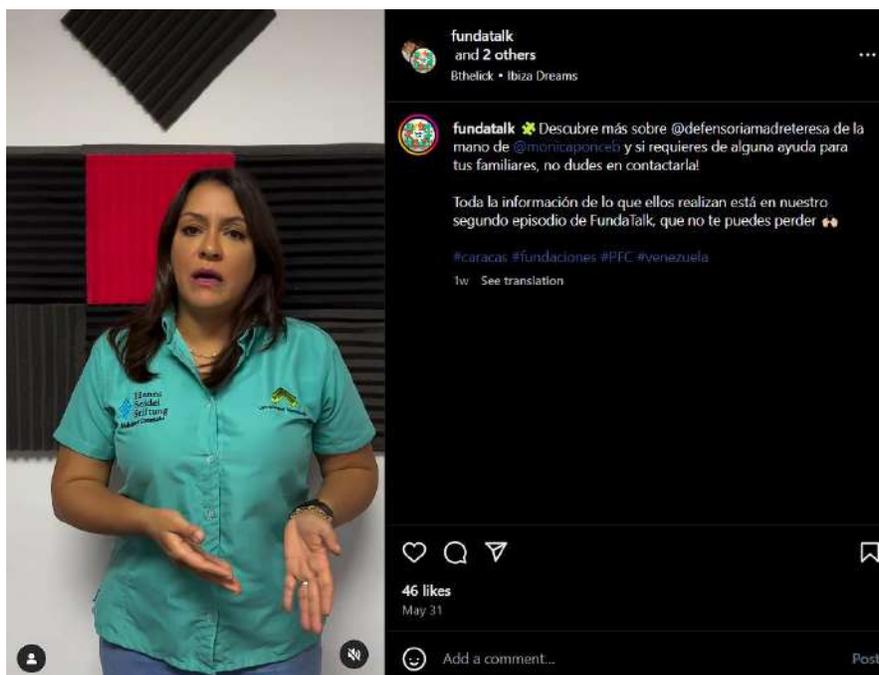


Imagen 28. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 29: Segundo video sobre Defensoría Madre Teresa.

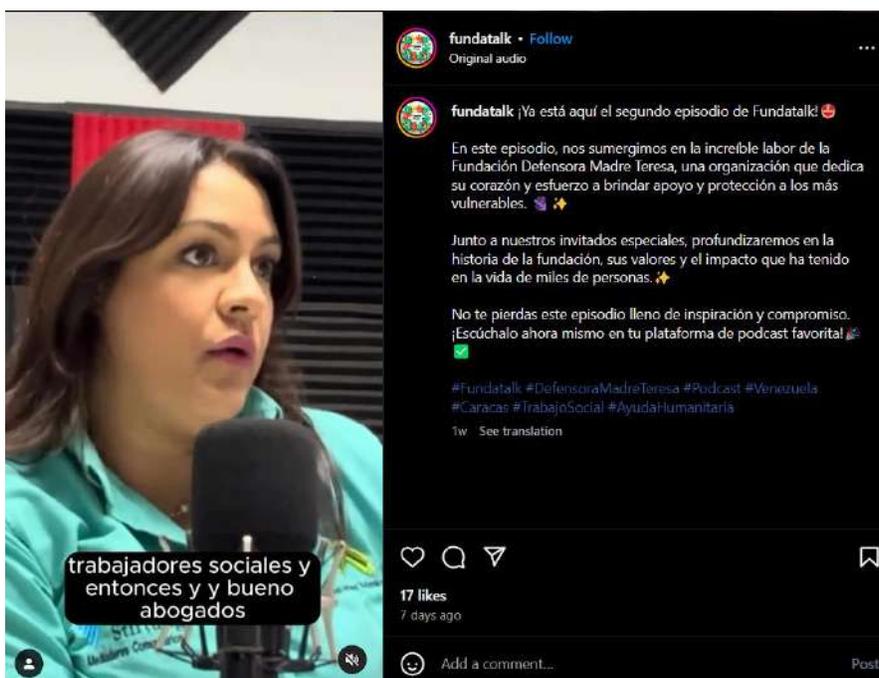


Imagen 29. Publicación en Instagram y en Youtube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 30: Tercer video sobre Defensoría Madre Teresa.



Imagen 30. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 31: Foto de Alfonso Brandt de FundaKenneth.



Imagen 31. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 32: Primer video sobre FundaKenneth.



Imagen 32. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 33: Segundo video sobre FundaKenneth.



Imagen 33. Publicación en Instagram y YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 34: Tercer video sobre FundaKenneth.



Imagen 34. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 35: Foto grupal con Provita.



Imagen 35. Publicación en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 36: Primer video sobre Provita.



Imagen 36. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 37: Segundo video sobre Provita.



Imagen 37. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 38: Tercer video sobre Provita.

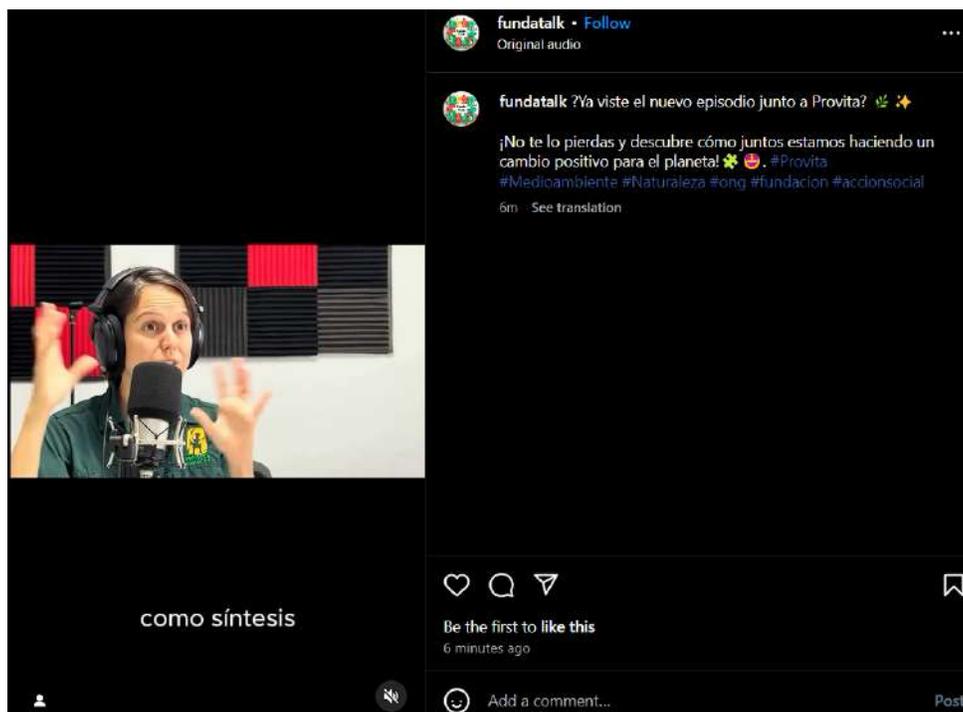


Imagen 37. Publicación en Instagram y en YouTube Shorts. Fuente: Elaboración propia.

Informe de locaciones

Para el proyecto audiovisual, Funda Talk, se utilizaron los espacios de Radio UMA durante las grabaciones de los cuatro episodios, ubicados en la Universidad Monteávila.

Informe de equipos

Tabla 12: Informe de equipos.

Número de equipo	Nombre	Cantidad	Costo por unidad (\$)
1	Micrófonos Sennheiser MK4	4	300.00
2	Audífonos Sennheiser HD 380 pro	4	200.00
3	Amplificador de audífonos Presonus	1	150.00
4	Consola de audio Yamaha MG124 cx	1	900.00
5	Cornetas Yamaha amplificadas HS 50m	2	120.00
6	PC HP core i 7	1	300.00
7	Monitor Hp	1	160.00
8	Adobe Audition 2022	1	22.99.00
		Total	2.152,99

Tabla 12. Informe de equipos. Fuente: Elaboración propia.

Permisos

Para la grabación y publicación de los cuatro episodios se realizó la solicitud para el uso de los espacios de Radio UMA y su personal técnico. La solicitud fue recibida y firmada por Roberto Ruiz, director encargado de Radio UMA.

Imagen 39: Carta de solicitud de espacio a Radio UMA.



Caracas, 14 de abril de 2024

Estimados

Universidad Monteávila

Radio UMA

Lic. Roberto Ruiz

Preste -

Estimado Lic. Roberto Ruiz.

Nos dirigimos a usted, a fin de solicitar su valiosa colaboración en cuanto a **permitirnos utilizar los espacios físicos y equipos de audio presentes en los espacios de Radio UMA**, con el propósito de desarrollar actividades que forman parte del **Proyecto Final de Carrera** titulado "Fundatalk", el cual comprende de cuatro pautas de Producción Audiovisual en formato Podcast. En este sentido, **solicitamos su autorización para ejecutar las actividades previstas en un horario comprendido entre las 7:00 am y 9:00 am, los días 17, 18 de abril; y 16, 29 de mayo.**

Nos comprometemos a mantener el estudio en perfectas condiciones durante su uso.

Agradecidos por su apoyo durante la carrera.

Saludos Cordiales.

Quien suscribe, Fundatalk

Carlos Arias

Radio UMA
Lic. Roberto Ruiz

Matthew Brandt

Fabiana Catapano

Imagen 39. Carta de solicitud de espacios. Fuente: Elaboración propia.

Para la grabación y publicación de los cuatro episodios se realizó y envió una solicitud de permiso para el uso de imagen y voz de cada entrevistado. A continuación, se presentan las solicitudes de cada uno de los episodios.

Imagen 40: Carta de solicitud de permiso para el uso de imagen y voz del episodio 1.

Solicitud de permiso de imagen y voz

Caracas, 22 de mayo de 2024

Estimada Sra. Mary Ortega.

Reciba un cordial saludo, a través de la presente, nosotros, FundaTalk, con motivos de la entrevista realizada el día 17 de abril del presente año, solicitamos su aprobación para hacer uso de su voz e imagen para la publicación de la misma en la plataforma YouTube. Esto como parte del Proyecto Final de Carrera, cuyo objetivo general es visibilizar las actividades de las fundaciones y organizaciones no gubernamentales en las áreas sociales ubicadas en Caracas.

Sin otro particular al que hacer referencia, le agradecemos su atención y tiempo prestado, quedamos atentos a su respuesta.

FundaTalk
Universidad Monteávila

Imagen 40. Carta de solicitud de imagen y voz. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 41: Carta de solicitud de permiso para el uso de imagen y voz del episodio 2.

Solicitud de permiso de imagen y voz

Caracas, 29 de mayo de 2024

Estimada profesora Mónica Ponce.

Reciba un cordial saludo, a través de la presente, nosotros, FundaTalk, con motivos de la entrevista realizada el día 18 de abril del presente año, solicitamos su aprobación para hacer uso de su voz e imagen para la publicación de la misma en la plataforma YouTube. Esto como parte del Proyecto Final de Carrera, cuyo objetivo general es visibilizar las actividades de las fundaciones y organizaciones no gubernamentales en las áreas sociales ubicadas en Caracas.

Sin otro particular al que hacer referencia, le agradecemos su atención y tiempo prestado, quedamos atentos a su respuesta.

FundaTalk
Universidad Monteávila

Imagen 41. Carta de solicitud de imagen y voz. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 42: Carta de solicitud de permiso para el uso de imagen y voz del episodio 3.

Solicitud de permiso de imagen y voz

Caracas, 5 de junio de 2024

Estimado Sr. Alfonso Brandt

Reciba un cordial saludo, a través de la presente, nosotros, FundaTalk, con motivos de la entrevista realizada el día 16 de mayo del presente año, solicitamos su aprobación para hacer uso de su voz e imagen para la publicación de la misma en la plataforma YouTube. Esto como parte del Proyecto Final de Carrera, cuyo objetivo general es visibilizar las actividades de las fundaciones y organizaciones no gubernamentales en las áreas sociales ubicadas en Caracas.

Sin otro particular al que hacer referencia, le agradecemos su atención y tiempo prestado, quedamos atentos a su respuesta.

FundaTalk
Universidad Monteávila

Imagen 42. Carta de solicitud de imagen y voz. Fuente: Elaboración propia.

Imagen 43: Carta de solicitud de permiso para el uso de imagen y voz del episodio 4.

Solicitud de permiso de imagen y voz

Caracas, 10 de junio de 2024

Estimada Sra. Bibiana Sucre.

Reciba un cordial saludo, a través de la presente, nosotros, FundaTalk, con motivos de la entrevista realizada el día 6 de junio del presente año, solicitamos su aprobación para hacer uso de su voz e imagen para la publicación de la misma en la plataforma YouTube. Esto como parte del Proyecto Final de Carrera, cuyo objetivo general es visibilizar las actividades de las fundaciones y organizaciones no gubernamentales en las áreas sociales ubicadas en Caracas.

Sin otro particular al que hacer referencia, le agradecemos su atención y tiempo prestado, quedamos atentos a su respuesta.

FundaTalk
Universidad Monteávila

Imagen 43. Carta de solicitud de imagen y voz. Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto

Como parte de la producción de FundaTalk se elaboró un presupuesto detallado con los elementos necesarios para la grabación, edición y publicación de los cuatro (4)

episodios. El presupuesto dentro de una producción audiovisual se define como “un documento presentado a posibles inversores, tanto públicos como privados, con el objetivo de demostrar los fondos necesarios para producir formatos audiovisuales” (WeAreContent, 2023).

Tabla 13: Informe de presupuesto.

Número de equipo	Nombre	Cantidad	Costo por unidad (\$)	Costo final (\$)
1	Estudio de grabación Radio UMA (por hora)	4	30.00	0.00
2	Micrófonos Sennheiser MK4	4	300.00	0.00
3	Audífonos Sennheiser HD 380 pro	4	200.00	0.00
4	Amplificador de audífonos Presonus	1	150.00	0.00
5	Consola de audio Yamaha MG124 cx	1	900.00	0.00
6	Cornetas Yamaha amplificadas HS 50m	2	120.00	0.00
7	PC HP core i 7	1	300.00	0.00

8	Monitor Hp	1	160.00	0.00
9	Adobe Audition 2022	1	22.99	0.00
10	Iphone 15 (128Gb)	1	829.00	829.00
11	Iphone 15 (256Gb)	1	929.00	929.00
12	HP Laptop 15 AMD Ryzen 5	1	579.99	579.99
13	HP EliteBook 840 G7 14" Laptop Intel Core i7	1	699.99	699.99
14	Trípode Weilsí 10"	1	30.00	30.00
15	Trípode de sobremesa Aureday	1	12.00	12.00
16	CapCut Video Editor	1	0.00	0.00
			Total	3.078,99

Tabla 13. Presupuesto para la elaboración del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Hoja de llamado

Dentro de la fase de producción se requería una hoja de llamado, por lo que fue elaborado un documento para el personal de cada episodio. "Una hoja de llamadas es un documento detallado que se envía al elenco y al equipo detallando la ubicación para el próximo día de rodaje durante la producción del video." (Lucia, 2023).

A continuación se presentan las hojas de llamado correspondientes a cada día de grabación:

-Entrevista #1.

PROYECTO: FUNDATALK EQUIPO: FUNDATALK Y RADIO UMA

HOJA DE LLAMADO #1

Día Semana: Miércoles Fecha: 17/04/2024 Día #1 De 4 días

Director: Fabiana Catapano

Crew Call: 8:00 a.m

Guion: Matthew Brandt

Shooting call: 8:30 a.m

Productor: Carlos Arias, Fabiana Catapano

Interior: Radio UMA

Descripción grabación	# Toma	Int/Ext. - D/N	Locación
Entrevista a Mary Ortega acerca de la fundación "Funda Crystal"	1	Interior, día	Universidad Monteávila. Av. Buen Pastor, Boleíta
Nombre y Apellido	Papel	Llegada	Notas
Fabiana Catapano	Presentadora, productora y directora	8:00 a.m	
Carlos Arias	Presentador, productor	8:00 a.m	

Matthew Brandt	Presentador, guionista	8:00 a.m	
Victor Pacheco	Ingeniero de sonido	8:00 a.m	
Mary Ortega	Entrevistada	8:00 a.m	

Tabla 14. Convocatoria para el primer episodio de FundaTalk. Fuente:Elaboración Propia

-Entrevista #2.

PROYECTO: FUNDATALK EQUIPO: FUNDATALK Y RADIO UMA

HOJA DE LLAMADO #2

Día Semana: Jueves Fecha: 18/04/2024 Día #2 De 4 días

Director: Fabiana Catapano

Crew Call: 8:00 a.m

Guion: Matthew Brandt

Shooting call: 8:30 a.m

Productor: Carlos Arias, Fabiana Catapano

Interior: Radio UMA

Descripción grabación	# Toma	Int/Ext. - D/N	Locación
--------------------------	--------	----------------	----------

Entrevista a Mónica Ponce acerca de la fundación "Defensoría Madre Teresa"	1	Interior, día	Universidad Monteávila. Av. Buen Pastor, Boleíta
Nombre y Apellido	Papel	Llegada	Notas
Fabiana Catapano	Presentadora, productora y directora	8:00 a.m	
Carlos Arias	Presentador, productor	8:00 a.m	
Matthew Brandt	Presentador, guionista	8:00 a.m	
Victor Pacheco	Ingeniero de sonido	8:00 a.m	
Mónica Ponce	Entrevistada	8:00 a.m	

Tabla 15. Convocatoria para el segundo episodio de FundaTalk. Fuente:Elaboración Propia

-Entrevista #3.

PROYECTO: FUNDATALK EQUIPO: FUNDATALK Y RADIO UMA

HOJA DE LLAMADO #3

Día Semana: Jueves Fecha: 16/05/2024 Día #3 De 4 días

Director: Fabiana Catapano

Crew Call: 8:00 a.m

Guion: Matthew Brandt

Shooting call: 8:30 a.m

Productor: Carlos Arias, Fabiana Catapano

Interior: Radio UMA

Descripción grabación	# Toma	Int/Ext. - D/N	Locación
Entrevista a Alfonso Brandt acerca de la fundación "FundaKenneth"	1	Interior, día	Universidad Monteávila. Av. Buen Pastor, Boleíta
Nombre y Apellido	Papel	Llegada	Notas
Fabiana Catapano	Presentadora, productora y directora	8:00 a.m	
Carlos Arias	Presentador, productor	8:00 a.m	

Matthew Brandt	Presentador, guionista	8:00 a.m	
Victor Pacheco	Ingeniero de sonido	8:00 a.m	
Alfonso Brandt	Entrevistado	8:00 a.m	

Tabla 16. Convocatoria para el tercer episodio de FundaTalk. Fuente:Elaboración Propia

-Entrevista #4.

PROYECTO: FUNDATALK EQUIPO: FUNDATALK Y RADIO UMA

HOJA DE LLAMADO #4

Día Semana: Miércoles Fecha: 6/06/2024 Día #4 De 4 días

Director: Fabiana Catapano

Crew Call: 8:00 a.m

Guion: Matthew Brandt

Shooting call: 8:30 a.m

Productor: Carlos Arias, Fabiana Catapano

Interior: Radio UMA

Descripción grabación	# Toma	Int/Ext. - D/N	Locación
--------------------------	--------	----------------	----------

Entrevista a Bibiana Sucre acerca de la fundación "Provita"	1	Interior, día	Universidad Monteávila. Av. Buen Pastor, Boleíta
Nombre y Apellido	Papel	Llegada	Notas
Fabiana Catapano	Presentadora, productora y directora	8:00 a.m	
Carlos Arias	Presentador, productor	8:00 a.m	
Matthew Brandt	Presentador, guionista	8:00 a.m	
Victor Pacheco	Ingeniero de sonido	8:00 a.m	
Bibiana Sucre	Entrevistada	8:00 a.m	

Tabla 17. Convocatoria para el cuarto episodio de FundaTalk. Fuente:Elaboración Propia

Post-producción

Edición de audio

En las grabaciones de todos los episodios se utilizó el programa *Adobe Audition 2022*, el cual se encuentra en los equipos del estudio de Radio UMA. Este programa permite

editar y sintetizar el audio, “Incluye funciones de multipista, forma de onda y visualización espectral para crear, mezclar, editar y restaurar contenido en formato de audio”. (Ramírez, s.f).

Edición de video

Para la edición de video se utilizó la aplicación CapCut, dicha herramienta permite agregar audio, capas y animaciones a los archivos seleccionados, “Además de unas opciones y características que permiten a cualquier usuario editar, cortar, agregar efectos, música y mucho más en sus videos, bien sea para ti a nivel particular o para que se publique en TikTok, Instagram o YouTube” (Naranjo, 2023).

Por último, se utilizó la aplicación Canva para la elaboración de la introducción; créditos; miniaturas de cada episodio y línea gráfica del proyecto, esto debido a las opciones que presenta la aplicación para editar tanto imágenes como videos de manera sencilla y rápida.

Publicación

La publicación del *podcast* fue realizada en la plataforma de videos en línea YouTube. Dicha plataforma es catalogada como la más popular en materia audiovisual, contando con características y herramientas diseñadas para distintos proyectos. (Alberto, s.f)

“YouTube está disponible en más de 100 países, soportando 80 idiomas, lo cual no es sorpresa considerando que hay más de 2 billones de usuarios activos en YouTube al mes desde 2020. Eso equivale a un tercio de todos los usuarios de Internet” (Osman, 2019).

Pieza audiovisual

En el siguiente apartado, se presentan los enlaces a los episodios del *podcast*, así como las miniaturas de cada uno, los cuales se encuentran publicados en el canal de YouTube @Funda Talk.

- Capítulo 1. ["La discapacidad es un concepto que evoluciona"](#)



Imagen 44. Miniatura episodio 1. Fuente: Elaboración propia

- Capítulo 2. [“Hacemos el abordaje y llevamos soluciones a sus problemas”](#)



Imagen 45. Miniatura episodio 2. Fuente: Elaboración propia

- Capítulo 3. [“Brindarle al niño una realidad distinta”](#)



Imagen 46. Miniatura episodio 3. Fuente: Elaboración propia

- Capítulo 4. [“Todos llevaban un pedacito de Provita sus bolsillos”](#)



Imagen 47. Miniatura episodio 4. Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Tras la finalización del proyecto, se pudo concluir que el formato *podcast* ha sido una herramienta efectiva para promover la visibilidad de fundaciones y ONG ubicadas en Caracas, ya que a través de la publicación de contenido en la plataforma de videos YouTube, desde el mes de abril se logró generar un alcance de 1.310 visualizaciones entre los episodios y fragmentos de los mismos. De igual manera, a través de la red social Instagram se obtuvo una proyección de 1.357 cuentas, de las cuales un 94.9% no eran seguidores.

Dentro de los aprendizajes teóricos y prácticos adquiridos durante el proceso de pre-producción; producción y postproducción destacan el manejo de herramientas para la elaboración y edición de videos; sumado a la promoción del contenido y distintas habilidades relacionadas al marketing para lograr un buen plan de difusión.

A raíz de estar conformado por tres personas, el manejo del tiempo y la delegación de responsabilidades jugó un papel determinante al momento de experimentar con diversas ideas y contribuyó a un mejor manejo de información y una comunicación asertiva entre cada uno de los integrantes.

FundaTalk permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos en cada uno de los episodios, brindando un espacio para la retroalimentación por parte de los entrevistados y los espectadores, resaltando la importancia de facilitar información necesaria para motivar a la comunidad a involucrarse en las labores propuestas por cada invitado.

RECOMENDACIONES

Para la elaboración de los siguientes PFC relacionados a la producción de *podcast* enfocados a las áreas sociales, se recomienda contar con abanico de contactos para una comunicación más rápida y asertiva entre los alumnos y las instituciones. De igual manera, es aconsejable tener una lista de posibles entrevistados para suplantar a los talentos que no puedan asistir a las pautas.

En el área de pre-producción, es recomendable asegurar los espacios en los cuales se realizarán las grabaciones, examinando el correcto funcionamiento de los equipos y materiales de apoyo a utilizar, tales como micrófonos, cámaras e iluminación. En caso de presentar fallas, se debe contar con una segunda locación para desarrollar el proyecto.

Por último, es conveniente contar un guion estructurado para cada episodio, en pro de organizar las preguntas a realizar y obtener una mayor agilidad al momento de realizar las entrevistas.

REFERENCIAS

- Acnur (2021). *Volver a empezar*. UNHCR ACNUR. <https://bit.ly/3KwBFyv>
- Alvarez, D. (2023). *¿Qué es Ficha técnica? Descubre sus características y ejemplos. ¿Qué es?*. <https://bit.ly/3VsIJTa>
- Arnal, A., Caldeira Da Silva, C., Brito, V. y Laughlin, M. (2022). *Cibus : evento gastronómico para la difusión del proyecto “Ciudad Azul” de la Fundación Autismo y Vida*. Universidad Monteávila. <https://bit.ly/3Xb2gsA>
- Ávila, S. (s.f). *Qué se puede hacer con adobe audition*. Euroinnova. <https://bit.ly/3KySgla>
- Bravo, C. (15 de diciembre de 2023). *Metricool como herramienta de analítica de Instagram*. Metricool. <https://bit.ly/3VtMjML>
- Cabrera, A. (s.f). *Ventajas de YouTube*. Atecnis. <https://bit.ly/4aTdoxc>
- Cabrera, M., León, M. y Padrón, D. (2016). *Ayape : documental audiovisual sobre la Fundación Proyecto Maniapure*. Universidad Monteávila. <https://bit.ly/3RhkMf0>
- Capapkcuttikapptok. (9 de octubre de 2023). *Descubre el nombre de la fuente de CapCut: Guía completa para encontrarla*. Capapkcuttikapptok. <https://bit.ly/4c8P3F2>
- Cardozo, R. (27 de mayo de 2024). *Venezuela: Avanza la ley anti-ONG de inspiración rusa*. DW. <https://bit.ly/3xf2m7K>
- Castillero, C. (6 de septiembre de 2018). *¿Qué significa el color rojo? Su simbología y emociones asociadas*. *Psicología y Mente*. <https://bit.ly/3XdHE2X>
- Castillero, C. (6 de septiembre de 2018). *¿Qué significa el color verde? Su simbología y emociones asociadas*. *Psicología y Mente*. <https://bit.ly/3Xdagcm>
- Cinedidacta (s.f). *Guion técnico para vídeo y cine: ¿Cómo se hace?* Cinedidacta. <https://bit.ly/3KzfUOB>
- Estevanot, E., Olivares, J. (2014). *“Elementos que debe tener una estrategia de comunicación exitosa para una ONG dedicada al desarrollo”*. Universidad Católica Andrés Bello. <https://bit.ly/3xagrU1>
- Fernández, Y. (2024). *Microsoft Copilot: qué es y cómo funciona este chat de inteligencia artificial*. Xataka. <https://bit.ly/4eloJJK>

Flores, J. (27 de enero de 2023). *El posible cierre de las ONG en Venezuela pone en riesgo a los sectores más vulnerables de la ciudadanía*. El Diario. <https://bit.ly/3yOroLv>

González, V. (2018). *“La participación de las OSCs en el contexto de la Alianza Global para la Cooperación Eficaz al Desarrollo : el caso de las OSCs en México”*. Instituto de investigaciones Dr. José María Luis Mora. <https://bit.ly/3VwzjG3>

Gutiérrez, J. (2017). *La escuelita de ONG*. Laescuelitaong. <https://bit.ly/3VvaNW0>

Gúzman, G. (5 de septiembre de 2018). *¿Qué significa el color amarillo en Psicología?*. *Psicología y Mente*. <https://bit.ly/4eeOSTy>

Kolster, N. (16 de mayo de 2023). *Un barrio rico en Venezuela ya no es necesariamente referente de alto poder adquisitivo*. *Voz de América*. <https://bit.ly/4bMPuoH>

Lucia, V. (5 de diciembre de 2023). *Hojas de llamadas: cómo hacer una, qué contiene y plantillas de hojas de llamadas*. SoCreate. <https://bit.ly/3Kzxy4l>

Martínez, E. (23 de abril de 2024). *Qué es una Entrevista*. Enciclopedia Significados. <https://bit.ly/4aNvHEc>

Mena, M. (10 de mayo 2023). *Los podcasts siguen ganando adeptos*. Statista. <https://bit.ly/4efe5UM>

Méndez, V. (s.f). *Producción audiovisual: qué es y qué se necesita*. CEUPE. <https://bit.ly/4aTaGlh>

Milejemplos (s.f). *Ejemplo de guiones*. Milejemplos.com. <https://bit.ly/4aSzwYb>

Mora, M. (21 de abril de 2022). *Niveles socioeconómicos en México*. Rankia. <https://bit.ly/3XdaZdA>

Naranjo, M. (18 de noviembre de 2023). *Capcut: qué es, para qué sirve y trucos de la mejor app de edición de vídeo para el móvil*. Computer. <https://bit.ly/4cbgwFT>

Noticias ONU. (2023). *Venezuela: El proyecto de ley sobre las ONG, estrecharía aún más el espacio cívico, afirma la Misión Independiente*. News.un.org. <https://bit.ly/4cajx9p>

Nuzum, E. (2019). *Make Noise: A Creator's Guide to Podcasting and Great Audio Storytelling*. Goodreads. <https://bit.ly/3VvG0s5>

Olivero, J. (15 de julio de 2023). *¿Qué es la producción audiovisual y cuáles son sus etapas?*. Digitaly Words. <https://bit.ly/3VdrmEC>

Osman, M. (8 de febrero de 2019). *Estadísticas y Datos Impresionantes del YouTube (El*

Segundo Sitio Más Visitado). Kinsta. <https://bit.ly/3XjM4W5>

Ospina, A. (4 de marzo de 2022). *¿Qué es un podcast y cómo hacer uno de calidad: 5 pasos?*. RD Station. <https://bit.ly/3KxOokw>

Pavia, M. (2024). *Qué es streaming y cómo usarlo para promocionar tu tienda*. TiendaNube. <https://bit.ly/4aSreQw>

Perez, L. (20 de febrero de 2020). *Guía para construir la identidad visual de tu empresa con las mejores prácticas*. Rockcontent. <https://bit.ly/4bVgZMH>

Pérez, M., Rojas, C., Vieira, L. (2022). *Después del diagnóstico: FundaKenneth*. Universidad Monteávila. <https://bit.ly/4cd76tl>

Puzzlopa (s.f). *¿Qué Significa En Una Pulsera La Pieza De Un Puzzle?*. Puzzlopa. <https://bit.ly/4bQ2n11>

Rodrigues, N. (22 de marzo de 2024). *Manual de procedimientos: qué es y cómo hacer uno (con ejemplos)*. Blog.hubspot. <https://bit.ly/3KCdclD>

Rodrigues, N. (2 de marzo de 2022). *Estrategia de diferenciación: qué es, tipos, ejemplos y ventajas*. Blog.hubspot. <https://bit.ly/3RhP8hy>

Rodríguez, D. (2023). *La Magia de Conectar - Fundación Coca-Cola*. Comunal. <https://bit.ly/3Ri26fk>

Roman, C. (23 de mayo de 2022). *¿Qué es el mercado meta? Tipos, ejemplos y cómo identificarlo*. Blog.hubspot. <https://bit.ly/3ySAZAW>

Romero, E. (s.f). *¿Qué es la teoría del color?*. Inesem. <https://bit.ly/3Xgh6hy>

Significadosweb (s.f). *Concepto de Guion Literario*. Significadosweb. <https://bit.ly/3XdwMIC>

Simón, D. (22 de octubre de 2022). *Plan de difusión: estrategias para planificar y promocionar contenido*. Occam Agencia Digital. <https://bit.ly/3VgzjSp>

Tipografías.es (s.f). *¿Qué es la tipografía sans-serif y cuáles son sus características?*. Tipografías.es. <https://bit.ly/3KFVjrZ>

Vercheval, S. (14 de junio de 2022). *Qué es un buyer persona, tipos y cómo hacer uno (+ plantilla)*. InboundCycle. <https://bit.ly/3KzxUIA>

WeAreContent (12 de septiembre de 2023). *Radio vs podcast: por qué son formatos tan importantes y diferentes*. WeAreContent.com. <https://bit.ly/4cdGBnB>

WeAreContent (24 de agosto 2023). *Presupuesto audiovisual: paso a paso para*

elaborarlo desde cero. WeAreContent. <https://bit.ly/3Vf3q3J>

Young, I. (2020). *A perfect day*. Uppbeat. <https://bit.ly/4ecmR5O>