



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
**MANUAL PARA LA PRODUCCIÓN DEL PODCAST “DEL 1 AL 10” A TRAVÉS DE
LAS PLATAFORMAS YOUTUBE Y SPOTIFY**

Autores:

Lanz, Ana Sofía

C.I 27.826.947

alanz_2023cs@alumno.uma.edu.ve

Rodríguez, Irina

C.I 27.622.097

irodriguez_2023cs@alumno.uma.edu.ve

Valente, Karla

C.I 27.539.124

kvalente_2023cs@alumno.uma.edu.ve

Profesor coordinador

Rodríguez Gil, Rubén

rrodriguez@uma.edu.ve

Caracas, 10 de junio de 2022

Derechos de autor

Quien suscribe, en condición de autoras originarias del trabajo titulado “**MANUAL PARA LA PRODUCCIÓN DEL PODCAST “DEL 1 AL 10” A TRAVÉS DE LAS PLATAFORMAS YOUTUBE Y SPOTIFY**”, declaramos que: cedemos a título gratuito, y en forma pura y simple, ilimitada e irrevocable para todos los territorios del mundo a la Universidad Monteávila, el derecho de autor de contenido patrimonial que nos corresponde sobre el trabajo señalado. Conforme con lo anterior, esta cesión patrimonial comprenderá el derecho de la Universidad de comunicar públicamente la obra, divulgarla, publicarla y reproducirla en soportes analógicos o digitales en la oportunidad que ella así lo estime conveniente, así como de salvaguardar mis intereses y derechos morales que me corresponden como autor de la obra antes señalada. La Universidad en todo momento deberá indicar que la autoría o creación del trabajo corresponde a mi persona, salvo los créditos que se deban hacer al tutor o a cualquier tercero que haya colaborado, citado o fuere hecho algún aporte intelectual en la realización de la presente obra.

Autor(es)

LANZ BETANCOURT, ANA SOFÍA V-27.826.947

RODRÍGUEZ PULGAR, IRINA BEATRIZ V-27.622.097

VALENTE GUART, KARLA ELISA V-27.539.124.

Agradecimientos

A Dios, por otorgarnos salud para haber llegado hasta aquí el día de hoy.

A nuestras familias, quienes nos acompañaron en cada paso de este largo pero próspero camino. Quienes nos brindaron la oportunidad de estudiar y fueron soporte y acompañamiento en toda nuestra carrera universitaria.

A nuestro tutor, Rubén Rodríguez, por su apoyo y seguimiento durante todo el proceso.

Al equipo técnico de Radio UMA, por permitirnos utilizar sus instalaciones y por su dedicación en atender nuestras dudas e inquietudes.

A nuestros amigos por ser apoyo incondicional a lo largo de nuestro Proyecto Final de Carrera (PFC).

A todos los que de forma directa o indirecta hicieron parte de este sueño convertido en PFC, apoyándonos de forma genuina con un mensaje, comentario pertinente o incluso su presencia.

A la Universidad Monteávila por habernos dado la dicha de no sólo estudiar en sus aulas y ser grandes profesionales, sino también por formarnos como personas íntegras y éticas, siempre en camino del bien y con la firme certeza de que “para ser importantes comunicadores, primero debemos ser buenas personas”

A todos y cada uno de los que vivieron “Del 1 al 10” con nosotras: ¡Gracias! Ustedes y este proyecto quedarán por siempre grabado en nuestros corazones.

Índice

Derechos de autor	2
Agradecimientos	3
Índice	4
Resumen	7
CAPÍTULO I: Planteamiento del problema	8
Presentación del proyecto	8
Justificación	10
CAPÍTULO II: Marco teórico	13
Antecedentes	13
Bases teóricas	14
Podcast	14
Podcasting	15
Origen	15
Ventajas	16
Actualidad	17
Producción Audiovisual	17
Manual de producción Audiovisual	17
Procesos de producción:	18
Preproducción	18
Producción	18
Postproducción	18
CAPÍTULO III: Estrategia y Cronograma	19
Estrategia	19
Creación de correo electrónico, perfil de Instagram y canal de YouTube:	19
Grabación	20
Edición	20
Publicación y Promoción	21
Cronograma	21

CAPÍTULO IV: Manual De Producción (Memoria Histórica)	24
PREPRODUCCIÓN	24
Creación de la idea	24
Establecer metas	24
Público meta	25
Buyer persona	27
Temas y formato	28
Temas y planificación de cada capítulo	30
Plataforma de publicación	32
Locutores y productores	34
Guión	35
Estructura	48
Elemento diferenciador	49
Branding auditivo	50
Identidad Visual	51
Elementos	52
Logo	52
Tipografías	52
Paleta de colores	53
Presupuesto	53
PRODUCCIÓN	54
Equipos	54
Micrófono	56
Cámaras	58
Iluminación	58
Grabación	59
POSTPRODUCCIÓN	60
Edición de Audio	60
Edición de Video	61
Publicación	62
YouTube	63

Spotify	70
Promoción Redes Sociales	72
Monetización	73
CAPÍTULO V	75
Conclusiones	75
Recomendaciones	77
Referencias	79
Anexos	86
Presupuesto estipulado	86
Estudio inicial	86
RADIO UMA	87
Manual Corporativo “Del 1 al 10”	88
Instagram	89
Cronograma de publicaciones Instagram	90
FEED de Instagram	94
Estadísticas de Instagram	95
Canal de Youtube	96
Miniaturas para Youtube	96
PILOTO - Estafadores	96
Episodio 1 - Nos graduamos ¿Ahora qué?	97
Episodio 2 - Conciertos en Caracas	97
Episodio 3 - Artistas que marcaron una generación	98
Episodio 4 - Moda y Marketing	98
Episodio 5 - ¿Venezuela se arregló?	99
Estadísticas de Youtube	99
Canal de Spotify	100

Resumen

Mientras avanza la tecnología, evolucionan las formas de comunicación. De esta manera, cientos de personas han optado por utilizar su voz en plataformas digitales para transmitir información, entretener y/o educar. Esto ha permitido que propuestas como los podcasts crecieran en el mundo audiovisual, posicionándose cada vez con más fuerza en Venezuela.

En este sentido, se propone una guía que permita a futuros lectores adentrarse en el mundo del podcasting, ofreciendo las herramientas necesarias para desarrollar de forma efectiva y rentable un podcast. El manual se basará en la experiencia de las autoras de este texto como productoras y locutoras del podcast “Del 1 al 10”, y en los conocimientos adquiridos durante los estudios de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Monteávila.

El Manual de Podcast cubrirá todos los aspectos que existen detrás del proceso de la preproducción, producción y postproducción de un podcast, el manual de “Del 1 al 10” brindará desde la experiencia, una descripción de los pasos prácticos necesarios para que cualquier persona desarrolle un podcast: desde identificar que tipo de contenido se compartirá con los oyentes, determinar la audiencia ideal, elegir la plataforma de podcasting adecuada, así como el proceso de edición.

“Del 1 al 10” será un podcast que buscará marcar el ejemplo de cómo desarrollar este medio audiovisual de forma correcta, productiva y económica, donde se hablará sobre temas de mayor tendencia a nivel internacional y nacional de forma jocosa, proporcionando distintos puntos de vista a través de las discusiones elaboradas en el mismo.

CAPÍTULO I: Planteamiento del problema

Presentación del proyecto

“Del 1 al 10” es un podcast que desarrolla los temas que son tendencia en moda, cine, política, economía, crecimiento personal, entre otros, ofreciendo distintos puntos de vista con la intención de hacer que el espectador se sienta identificado e incluso parte del programa. Durante cada capítulo se clasifican del 1 al 10 las distintas opiniones y situaciones que ocurren dentro de cada tema.

El manual de producción del podcast “Del 1 al 10” es un proyecto de diseño de medios audiovisuales para la creación de 6 capítulos en los que se desarrollará una guía de la experiencia y proceso de creación del podcast, como manual para todo aquel que desee desarrollar una carrera en esta área de la comunicación digital.

El interés por los podcasts ha sido un interés continuo de este proyecto. El equipo completo serán las productoras y presentadoras del podcast, utilizando como base los conocimientos adquiridos en las materias de comunicación audiovisual para el desarrollo y producción de programa; de mercadeo, para la elaboración de la marca; de la teoría y práctica de la radio y televisión, para establecer las etapas de preproducción, producción y postproducción, que servirán para poder llevar a cabo el proyecto; diseño gráfico, por ofrecer criterios estéticos de edición y gestión de imagen para poder crear la identidad gráfica del podcast; y géneros periodísticos, por facilitarnos un juicio adecuado al momento de seleccionar las fuentes informativas que ayudarán al desarrollo de la información presentada en el podcast.

Cada capítulo tiene una estructura en la que, como primer punto, se mencionan los detalles informativos de la tendencia: su fecha de ocurrencia, los hechos relevantes y las opiniones más

populares que existen en internet al respecto, y de ahí se clasifican del 1 al 10 en subtemas que salen de estas grandes tendencias. Para poder cumplir con estos parámetros, se hace una investigación a través de artículos en la web, documentación, y posteriormente un análisis. En las conversaciones se abarca todo ello y se difunde en las redes sociales.

Los episodios comenzarán con una narrativa emergente, luego una cortina musical y una introducción explicativa de lo que trata el podcast, dando entrada a los presentadores. Cada capítulo tendrá una duración aproximada de 15 minutos y finaliza con la mención de las redes sociales.

Con la posesión de una cuenta en la plataforma de Anchor, que servirá de hosting¹ para almacenar todos los episodios, podemos difundirlos en diferentes plataformas digitales como Spotify y YouTube. Acorde al contenido y la línea editorial de este podcast se cree apropiado que la audiencia a tratar sean mujeres y hombres entre las edades de 18 a 27 años. Sin embargo, cabe destacar que su reproducción no es limitativa, ya que mujeres y hombres que no pertenezcan a ese rango etario entran también como potenciales suscriptores.

En este proyecto tenemos como objetivos específicos:

- a. Promover una plataforma comunicacional informativa sobre temas actuales para jóvenes e identidades diversas dentro de un mundo digital lleno de opiniones.
- b. Otorgar a distintas personas una guía con ejemplos para el desarrollo de este medio que permita

¹ Un hosting es un servicio de alojamiento en línea el cual “te permite publicar un sitio o aplicación web en Internet. Cuando obtienes un hosting, básicamente alquilas un espacio en un servidor que almacena todos los archivos y datos de tu sitio web para que funcione correctamente” (Gustavo, 2022).

adentrarse dentro del mundo del podcasting.

c. Realizar un podcast y un manual con el criterio de calidad de la Universidad Monteávila en el área.

d. Llevar a cabo un proyecto multidisciplinario en el que la realización del podcast y el manual mismo, fungen como estrategia de medios, diseño gráfico, producción de audio y video.

Justificación

Actualmente el Podcast se ha convertido en una herramienta eficaz que atrae la atención de una gran cantidad de personas. En los últimos 5 años han surgido muchos nuevos espacios en los que se difunden diversas temáticas con el propósito de entretener y/o educar a través de este nuevo formato sencillo, práctico y eficaz. La intención de este proyecto atiende un nicho de mercado desatendido, ya que este medio de comunicación y entretenimiento es novedoso en comparación con la radio y la televisión. Se realiza una guía con todas las especificaciones, recomendaciones y herramientas necesarias para hacer un podcast exitoso con el propio programa.

En el estudio estadístico de Podcaster@s (2021), en la que se analizan las audiencias de podcast en español, se determinó que “una de cada tres personas encuestadas que escuchan podcast también produce en este formato”. Hecho que demuestra la viabilidad de hacer un podcast y en este caso en particular la guía para quienes desean empezar un podcast, con la realización del mismo.

Del mismo modo, este proyecto será clave en nuestros portafolios profesionales, apostando por un emprendimiento en el área del entretenimiento.

Para determinar su factibilidad y la necesidad de su realización, se elaboró un análisis FODA:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Tenemos las herramientas y condiciones necesarias para llevarlo a cabo. -Contamos con el apoyo de un tutor y las instalaciones de la universidad. - Somos un grupo compenetrado y organizado. - Contamos con la colaboración de un ingeniero de sonido. - Somos un equipo con gran capacidad de adaptación. - Poseemos criterio para seleccionar información verídica a través de internet. - Todos los miembros de este PFC tienen experiencia laboral en el manejo de redes sociales. 	<ul style="list-style-type: none"> - El proyecto puede llegar a servir de guía a futuros estudiantes de la universidad, ya que no existen gran cantidad de Proyectos Finales de Carrera sobre la elaboración de un manual para Podcast. - Existe un tendencia de 40% de crecimiento de personas que escuchan podcasts en español en los últimos dos años y medio según (Podcaster@as, 2021) - Según la encuesta de Podcaster@s (2021) se encontró que desde el año 2019 hay un número mayor de mujeres (58%) que empezaron a escuchar podcasts, lo que representa una buena oportunidad para emitir un podcast de mujeres dirigido principalmente a mujeres.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - El tiempo es reducido. - Desconocimiento técnico a profundidad de la tecnología para la producción de audio (micrófonos e interfaz). - Es la primera vez que producimos un Podcast. 	<ul style="list-style-type: none"> - No sabemos cómo será la recepción del público de nuestro podcast. - No tenemos una marca personal solidificada a través de la cuál podamos popularizar el proyecto.

Abocados a la realización de este proyecto de forma efectiva, elaboramos un plan de acción detallado de todo el proceso. A pesar del desconocimiento técnico de los aparatos tecnológicos de audio para la producción del programa, contamos con el apoyo del equipo técnico de Radio UMA, quienes brindan su ayuda en el uso del estudio de grabación que presta la universidad Monteávila a sus alumnos.

Aunque ninguna de las creadoras del podcast sea una personalidad conocida en los medios para publicitar el podcast, las 3 tenemos experiencia laboral en el manejo de redes sociales y creamos una cuenta en Instagram que podemos popularizar y a través de la cual se publicitará el programa.

CAPÍTULO II: Marco teórico

Antecedentes

Para el Manual de Podcast del 1 al 10, se hizo una revisión de diversos estudios y proyectos. Entre las distintas fuentes de información que se analizaron, en primer lugar está el estudio estadístico de Vaccaro. M (2021), *Un análisis de los resultados de la Encuesta Pod 2021 ¿Cómo escuchan podcast las audiencias de habla hispana?* Este examina en una visión general el comportamiento del público que escucha los podcast en español; este estudio aporta varios datos que fueron tomados en cuenta para este proyecto de grado, dando un panorama de cómo es la experiencia del usuario, lo que se toma en consideración y se aplica a la estrategia del podcast.

Las estudiantes Chacín Baquero y Fermín Facendo (2020), en su Proyecto Final de Carrera, *Diseño de medios audiovisuales para la creación de un piloto de un podcast que promueva el cine independiente norteamericano*, hacen un análisis de varias películas basados en el proceso que existe detrás de elaborar un episodio piloto de Podcast. Este trabajo se relaciona con el presente manual en el sentido de que proporcionó una forma de realizar la preproducción de los episodios del podcast.

Backman, M. K. (2020), *Content marketing –How to design and co-create a podcast series*, es una tesis para la Universidad de Novia de Ciencias Aplicadas que resultó de gran ayuda. Esta presenta tres casos de distintos podcasts donde se estudia el marketing de contenidos que existen en el mundo del podcast.

Esta tesis tiene su enfoque principal en la fase de diseño de contenido para el medio, aunque también presenta elementos de distribución y producción para podcasts. Esta teoría de creación de

contenidos funciona para entender a profundidad el diseño previo, la ideación, visualización, planificación y pilotaje para un podcast.

Corey Ferreira (2020) en *How to Start a Successful Podcast —For Under \$100* desarrolla una guía para comenzar un podcast de audio “in a budget”, es decir, con un presupuesto no mayor a 100\$. Este trabajo exhibe un horizonte de posibles gastos que pueda presentar la realización de un podcast.

El libro de Iván Tenorio (2008), *Podcast: Manual del Podcaster*, ha sido de gran utilidad para el presente manual. El autor hace énfasis en dar a conocer todo lo necesario de cada tema, su origen, elementos, y las estrategias que según él son necesarias para llevar a cabo su desarrollo.

A continuación, se darán los conceptos básicos necesarios para la realización del proyecto:

Bases teóricas

Con el fin de proporcionar un soporte teórico al proyecto que permita identificar los temas generales a tratar se hizo una recopilación de conceptos fundamentales para la comprensión completa del manual.

Podcast

Los podcasts son un material principalmente sonoro y digital, generalmente grabado en “formatos mp3, ogg, o wav, distribuido a través de Internet por tecnología de sistemas de sindicación RSS, que puede ser reproducido en una computadora o en un dispositivo móvil” (cf. Ortega Barba, 2010, p. 16).

Es importante destacar el concepto de podcast de Harris y Park (2008), quienes añaden que estos archivos de audio y, en algunas ocasiones, de video, “se pueden descargar a una computadora de escritorio, iPod u otro reproductor multimedia portátil para reproducirlos más tarde”. (p.) Sin embargo, es fundamental diferenciar que el podcast no es un simple archivo de audio, ya que el modelo de alimentación y forma de entrega es lo que diferencia al podcasting de cualquier publicación de archivos en la Web². Con los podcasts existe la posibilidad de que los usuarios se suscriban a la fuente de la que se descargan automáticamente los nuevos programas cuando están disponibles, de forma que los podcasts siempre se tienen a la mano y con disponibilidad inmediata el contenido de su preferencia, pudiéndose escuchar en línea o descargándolos en un dispositivo para sintonizarlos, cuándo y dónde quiera.

Podcasting

“El proceso de descarga de archivos de podcast, así como el desarrollo de programas de podcast, se conoce como podcasting”. (Baya, 2006)

Origen

El término podcasting se utilizó por primera vez el 12 de febrero de 2004 por el periodista Ben Hammersley del diario británico The Guardian. “La palabra nació de una mezcla de los términos pod, una especie de contracción de portable device, que significa reproductor portátil, y broadcasting, que significa difusión”. (Gutiérrez Porlán y Rodríguez Cifuentes, 2010) Este artículo

² Se designa como ‘web’ al sistema de gestión de información más popular para la transmisión de datos a través de internet. La web es el diminutivo de world wide web o www cuyas tecnologías para su funcionamiento son (HTML, URL, HTTP)

es una edición digital titulada 'Audible Revolution' en el que se desarrolla la revolución del audio amateur.

Se recurre a lo familiar como punto de referencia y el podcast no escapa a las comparaciones, donde se dibujan relaciones obvias con la radio. Con la llegada del Internet, como era de esperarse, las posibilidades de difusión que brinda la red hicieron aparecer emisoras de radio que emitían su programación a través de la red. Esto dio paso a que nuevos contenidos, narrativas, lenguajes, formas de expresión y estéticas se entremezclaran para generar una nueva industria y ecosistema de la comunicación integral en Internet conocida como Podcast.

Tenorio Santos (2008), recalca que el podcasting “es una de las distintas vías de desarrollo fruto de la evolución lógica del lenguaje radiofónico, a la cual se suman nuevos conceptos a los ya establecidos, obtenidos del resultado de la sinergia con los nuevos formatos”.

Si bien hay rasgos dentro de todos los podcasts que son radiogénicos, también se deben considerar sus distinciones. Se sugiere que, como medio adaptable, la radio simplemente ha evolucionado y el podcasting es su última iteración. Pero en este orden de ideas es posible que no apreciemos los valores únicos que tiene el podcast.

Ventajas

- Rompen las barreras virtuales.
- Se puede escuchar en el momento que se desee.
- Si se está suscrito al podcast, llega una notificación cada vez que existen nuevos contenidos.
- Se posiciona al podcaster como una voz experta.

- Facilita el networking³.
- Es un formato sencillo.
- Es económico de producir.
- Aún se puede posicionar de forma fácil y sin demasiada competencia.
- Está de moda.

Actualidad

De acuerdo a la data de Listen Notes (2022), un motor de búsqueda de podcasts, existen 2.855.559 podcasts de los cuales 339.150 son en español, y hay aproximadamente 134.899.661 episodios en el mundo.

Según afirma el informe Global Podcast Listener Forecast 2021-2025, realizado por eMarketer, se estima que en 2022 habrá más de 320 millones de usuarios de podcasts en todo el mundo.

Producción Audiovisual

“Es un proceso de creación en el que se lleva a cabo, de manera estratégica, la combinación de diversos factores para cumplir con [unas] expectativas”. (Flores, 2021). Se trata del desarrollo de productos audiovisuales de distinta índole, que tienen como objeto el audio y la imagen.

Manual de producción Audiovisual

Según los autores José Martínez Abadía y Federico Fernández (2013), en su libro *“Manual del productor audiovisual”*, definen este concepto como: “un trabajo complejo [de] planificación para

³ “El networking es una actividad cuyo objetivo es ampliar la red de contactos profesionales. Así, se generan oportunidades de negocio y/o empleo” (Janire Carazo Alcalde, 2019)

que en cada una de las etapas del proceso productivo se alcance el mejor rendimiento”.

Procesos de producción:

1. Preproducción

“Dentro de la preproducción se incluye la preparación del rodaje, que involucra una previsión de pagos, contratación del equipo técnico, locaciones, contratación del equipo artístico, contratación de servicios de iluminación y sonido, reuniones, pruebas y ensayos”. (Cabezón 1999)

2. Producción

“La producción o rodaje consiste en la filmación del proyecto. El director, junto a los jefes de área, se encarga de desarrollar la propuesta creativa. La tarea del productor implica una coordinación con el director para asegurar que su visión creativa pueda llevarse a cabo dentro de los límites de tiempo y dinero establecidos. A su vez, el productor debe resolver los problemas e imprevistos que surjan a lo largo de toda la producción”. (Worthington, 2009)

3. Postproducción

“La posproducción se ejecuta una vez que la filmación definitiva está realizada. En esta etapa se da inicio a la edición, montaje y sonorización de lo filmado. El productor debe estar atento a posibles inconvenientes, como la necesidad de rodar nuevamente o la utilización extrema de material de archivo”. (Worthington, 2009)

CAPÍTULO III: Estrategia y Cronograma

Estrategia

El objetivo principal de este proyecto de diseño de medios audiovisuales es la realización de los 6 primeros episodios del Podcast “Del 1 al 10”. La intención es discutir distintos temas en tendencia y a lo largo de cada episodio clasificar del 1 al 10 el impacto del tema de la semana.

Se divide la planificación por fases:

- **Creación de correo electrónico, perfil de Instagram y canal de YouTube:**

El correo electrónico es necesario para poder registrarse en Anchor y publicar los episodios del podcast en la plataforma Spotify. Se necesita la creación de un perfil de Instagram donde se promocionará el programa y un canal en YouTube.

- **Registro en Anchor**

Anchor es una plataforma gratuita, de principiantes, para la creación de podcasts que contiene herramientas que permiten a los usuarios publicar podcasts en las plataformas de escucha y ofrece datos precisos y métricas detalladas, certificadas por IAB 2.0 que ayudan a obtener más información sobre los oyentes de Spotify.

- **Branding**

El Branding engloba todo lo referente a la identidad del podcast: el logo que lo identifica, la paleta de colores, material POP⁴ y la imagen que se visualizará en los canales de publicación. También

⁴ “El material P.O.P. es “cualquier objeto o cosa que tenga un logo o emblema que represente una marca, empresa u organización que requiera que un público determinado la conozca. P.O.P. son unas siglas en inglés que significan - Point Of Purchase- es decir -Punto de Compra-”. (Definición de Material P.O.P., 2021)

se desarrollará un branding auditivo que incluye los sonidos y la música de la marca que actúan como identificadores valiosos del podcast. Para la música identificadora del podcast contamos con la ayuda de un ingeniero de sonido.

A continuación, se listan los elementos necesarios a contemplar para la creación de los episodios y posteriormente su posicionamiento:

- Micrófonos Sennheiser mk4 que permitirán la grabación de cada episodio en alta calidad, para llamar la atención de la audiencia no solo por su contenido sino también por la calidad del audio.
- Estudio de grabación: El audio del podcast originalmente debe ser grabado en una calidad óptima, con los equipos adecuados y un ambiente apto. Se reservó el estudio de Radio UMA para su producción.
- Un título adecuado, estratégico, para cada episodio. Es importante que cada episodio tenga un título llamativo, corto, fácil de encontrar y que al mismo tiempo llame la atención de la audiencia, su objetivo es captar la mayor cantidad de visitas.

- **Grabación**

Etapa de producción en la que se dispone del espacio y los equipos para grabar las conversaciones que forman cada episodio completo.

- **Edición**

Este proceso tiene como objetivo consolidar todo el material de audio grabado previamente para ser presentado a la audiencia. La edición se basa en la selección y posteriormente unión de todos los extractos grabados.

- **Publicación y Promoción**

Una vez que toda la producción está lista, es momento de publicar a través de las plataformas deseadas, YouTube y Spotify en este caso. Y para su promoción se implementará una estrategia de marketing y publicidad en la que se dará a conocer el podcast a través de Instagram. Para posicionar el podcast se debe publicar contenido de manera frecuente, al tiempo que se genera una interacción continua con la audiencia.

Cronograma

FECHA	ENERO
Lunes 10 al sábado 15	Analizar podcasts para entender su estructura: <ul style="list-style-type: none"> - Se regalan dudas - Escuela de Nada - Atemporados
Lunes 17	Desarrollar la idea, categorías y subcategorías del Podcast.
Martes 18 al viernes 21	Definición de temas para cada capítulo, su contenido y sinopsis / definición de palabras clave para el SEO ⁵ de Spotify y YouTube.
Lunes 24 a lunes 31	Elaboración de branding y cuenta de correo electrónico.
	FEBRERO
Miércoles 2 al sábado 5	Definición y creación de cortinas, introducción y despedida.
Martes 8 al viernes 11	Elaboración de guía de los primeros 3 capítulos
Lunes 14	Organización de repertorio de posibles aliados

⁵ SEO, acrónimo de Search Engine Optimization -en castellano optimización de motores de búsqueda-, son el conjunto de acciones y técnicas que se emplean para mejorar el posicionamiento (la visibilidad) en buscadores de un sitio web en Internet, dentro de los resultados orgánicos en los motores de búsqueda como, por ejemplo, Google o Youtube. (El Economista, 2021)

	comerciales para la elaboración del material.
Martes 15 a viernes 18	Contacto y creación de alianzas con patrocinadores.
Lunes 21	Grabación de prueba Piloto
Martes 22	Edición de Prueba Piloto
Lunes 28	Reunión Tutor vía WhatsApp
	MARZO
Lunes 7	Grabación 2do capítulo
Martes 8	Edición 2do capítulo
Lunes 14	Grabación 3er capítulo
Viernes 18	Edición 3er capítulo
Lunes 21	Gestión de herramientas para alojamiento del material en las distintas plataformas.
Martes 22	Inicio de campaña de intriga a través de la red social Instagram.
	ABRIL
Lunes 04 al viernes 08	Elaboración del trabajo escrito del manual para la creación del Podcast “Del 1 al 10”.
Lunes 11	Grabación 4to capítulo
Martes 12	Edición 4to capítulo
Lunes 18	Grabación 5to capítulo
Martes 19	Edición 5to capítulo
Lunes 25	Grabación 6to capítulo
Martes 26	Edición 6to capítulo

	MAYO
Todo el mes de mayo	Redacción, revisión y edición del tomo del Proyecto Final de Carrera. Revisión de la edición de los capítulos Publicación de redes sociales y plataformas “streaming ⁶ ”.
	JUNIO
Viernes 10	Entrega del tomo

⁶ “STREAMING” Tecnología que permite ver y oír contenidos que se transmiten desde internet u otra red sin tener que descargar previamente los datos al dispositivo desde el que se visualiza y oye el archivo. (Oxford Languages)

CAPÍTULO IV: Manual De Producción (Memoria Histórica)

PREPRODUCCIÓN

Creación de la idea

La clave para la producción de las ideas está en la sencillez, la naturalidad y la facilidad en el lenguaje con las que se presenta el contenido. Resulta fácil caer en el error de estructurar más de un mensaje y no lograr el objetivo deseado con la audiencia. Lo que caracteriza a los Podcast es que son contenidos compactos, fáciles de escuchar y de compartir. Decidimos por lo tanto tomar como idea principal, para la generación del contenido, la grabación de conversaciones entre 3 amigas con distintos puntos de vista sobre los temas actuales, explicados con humor a modo de chisme, cuento o anécdota, con tendencia nacional y/o internacional que abarcan moda, farándula, ecología, historia y/o música.

Establecer metas

Es de suma importancia establecer metas claras al momento de poner en marcha cualquier tipo de proyecto, principalmente porque estas permiten desarrollar las ideas que irán tomando forma hasta llegar al objetivo final. Las metas establecidas para el podcast “Del 1 al 10” son:

- Promover una plataforma comunicacional para la educación y/o el entretenimiento sobre temas actuales.
- Desarrollar una buena presencia digital en las redes sociales para dar a conocer el podcast.
- Organizar los subtemas a tocar en cada episodio y realizar una investigación sobre cada uno para establecer un criterio de calidad.
- Grabar los podcasts con alta calidad de audio y video.

- Llevar a cabo un proyecto multidisciplinario.
- Realizar una guía con ejemplos que permita adentrarse dentro del mundo del podcasting.
- Convertir este proyecto universitario en uno consolidado en el mundo laboral.

Público meta

El público meta es un “grupo de personas que tienen las características generales de los individuos que necesitan de un producto o servicio, [y] es importante saber quiénes son y cuál es la mejor manera de llegar a ellos, para lograrlo se debe analizar y **segmentar** quién se considere que está interesado en **consumir** o utilizar el producto”. (Euronova, s.f)

Es importante resaltar la definición de Philip Kotler (2001) sobre el público meta: “conjunto de individuos que comparten **necesidades** o características comunes que la empresa **decide servir**. Estos individuos son por lo general los **usuarios** finales de un producto”-

Del 1 al 10 es un contenido hecho por mujeres, principalmente para mujeres, que entra en las categorías de desarrollo personal, humor y entretenimiento. Para establecer el público meta para el podcast se realizó una segmentación de la audiencia hacia dicho público. Esto permite la diferenciación de la marca de forma sólida y específica para desarrollar presencia en el mercado.

Segmentación demográfica: En “Del 1 al 10” decidimos dirigirnos principalmente a mujeres con edades comprendidas entre 18 a 27 años, venezolanas, de clase media y media-alta, recién graduadas de bachillerato, estudiantes universitarios e incluso profesionales ya graduadas. De acuerdo al estudio estadístico de Podcasteros en 2021, se afirma que el 88% de los encuestados (personas que escuchan podcasts) cuenta con estudios superiores completos, en su mayoría

universitarios (73%) y en menor medida intermedios (15%).

La segmentación demográfica se basa en la suposición de que los consumidores en el mismo grupo demográfico tendrán gustos similares, sin embargo, esto no es necesariamente así, y se hace de forma referencial.

Segmentación geográfica: Requiere dividir el mercado en diferentes unidades geográficas como países, regiones, poblaciones, entre otras. Esto ayuda a visualizar en un ámbito general, la cantidad de integrantes de un nicho y sus características como integrantes de ese grupo.

“Del 1 al 10” está dirigido a personas ubicadas principalmente en Venezuela, puesto que las locutoras son todas venezolanas y esto facilita el entendimiento y la empatía de los oyentes. A pesar de esto, hacer una segmentación geográfica detallada para el podcast puede resultar limitativo porque personas que están ubicados en cualquier parte del mundo pueden acceder al mismo.

Segmentación psicográfica: Se caracteriza por estudiar el comportamiento, estilo de vida, actitudes de los consumidores de un mercado específico. Se debe conocer a quién se está dirigiendo el mensaje. Para esto, el significado de lo que se comunica tiene que hablar el mismo lenguaje del público objetivo. Es por esto que “Del 1 al 10” discute temas de actualidad dirigidos hacia personas que puedan ser creativas e introvertidas, que pasen tiempo en casa navegando en internet. Para entender más estas características se desarrollaron tres buyer persona.

Buyer persona

Según Acumbamail SL (2022), se conoce como Buyer Persona a una representación o arquetipo de cliente ideal al que se dirige el marketing de un producto o servicio. Se trata de una representación ficticia de un cliente modelo, basado en la investigación de los consumidores.

A ese personaje ficticio se le atribuyen cualidades demográficas como nombre, edad, sexo y profesión. También cualidades psicológicas como miedos, preocupaciones y motivaciones. La creación de un Buyer Persona tiende a ser un elemento fundamental que ayuda a generar contenido específicamente pensado para atraer a la audiencia que responde a este arquetipo.

Buyer persona #1

Camila, 22 años, estudiante de Estudios Liberales de la Universidad Metropolitana.

Camila es aficionada a la política y el derecho, disfruta estar enterada de todos los acontecimientos nacionales e internacionales y utiliza su tiempo libre para leer Twitter, escuchar música y revisar en Instagram las tendencias del mundo del entretenimiento. Camila tiene carro propio y siempre escucha contenido variado de camino a la universidad o casa.

Buyer persona #2

Valentina, 27 años, Licenciada en Comunicación Social.

Valentina es apasionada por la moda, el estilo, las tendencias y todo aquello de lo que se está hablando en redes. Nunca pierde la oportunidad para descubrir nuevos programas y tener un nuevo tema de conversación con sus amigas.

Valentina va al gimnasio todas las tardes y destina esas horas de su día para despejar la mente escuchando podcasts o programas de YouTube que la mantienen distraída e informada.

Buyer persona #3

Andrés, 18 años, estudiante de 5to año de bachillerato.

Andrés se caracteriza por ser muy sociable, disfruta de salidas con amigos y eventos de entretenimiento. Andrés tiene muchos amigos y le encanta hablar con ellos y escucharlos. Disfruta de una buena conversación que provoque risas y chistes. Le gusta el contenido de farándula, música, arte y cine. La mamá de Andrés lo lleva del colegio a su casa y aprovecha ese tiempo para ir escuchando podcast que le hacen pasar rápido el tiempo, mientras se ríe y debate internamente los temas que se plantean.

Temas y formato

El proceso de creación de ideas de lo que se quiere hablar en el podcast tiende a ser complejo ya que busca llamar la atención de la mayor cantidad de personas posibles. Por esa razón, lo esencial es elegir un tema que apasione la producción, que sea de fácil manejo y que esté enfocado en la relevancia y utilidad del público meta.

Del 1 al 10 basará sus episodios en temas de todo tipo: farándula, entretenimiento, política, cultura, entre otros, actuales y en tendencia, que se desarrollarán en formato de “Charla”. Somos 3 locutoras, por lo que el podcast tiene una estructura conversacional de grupo, también conocido como “Mesa redonda”, en el cual todo lo hablado gira en torno a la investigación previa de cada locutor y su opinión al respecto.

Según la Encuesta Pod 2021

“Los podcasts de charla o mesa redonda donde varias personas conversan acerca de un tema son los más escuchados. La predilección por el chatcast aumenta cuanto más jóvenes son las personas encuestadas: representa más del 70% entre los menores de 35 años”.

(Vaccaro M., 2021)

Existen otros tipos de formato como:

- Individual

Consiste en la realización de un podcast de un solo locutor, donde se comparten ideas y puntos de vista de un tema en específico. Este formato suele ser el primer paso para adentrarse en el mundo del Podcasting. En cuanto a producción es uno de los formatos de más fácil manejo ya que solo se necesita un micrófono, un dispositivo o aplicación de grabación, grabar y comenzar a hablar.

- Entrevista

La entrevista es el formato ideal para abordar un tema en específico del cual el locutor no tenga completo conocimiento. Es siempre buena idea apoyarse de un profesional que aporte información verídica para ofrecer mayor dinamismo al programa. La entrevista puede ser tanto presencial como en videollamada o a través de grabaciones de audio y/o video.

- Show Multi-Host

Este formato se compone de 2 o más locutores, lo que da pie a que se den más temas de conversación. Esta es una buena manera de agregar mayor interés sobre algo en específico y a la vez tener distintos puntos de vista.

Temas y planificación de cada capítulo

La planificación es clave. Se organizan los contenidos y se hace una segmentación de los subtemas. Lo ideal es hacerlo con cada uno de los episodios considerando las observaciones y parámetros del público meta.

Piloto: El multiverso de los estafadores

SUBTEMAS:

- Experiencias
- Inventando a Anna
- Estafador de Tinder
- Estafadores en WhatsApp
- Estafas emocionales

Episodio 1: Nos graduamos... ¿Ahora qué?

SUBTEMAS:

- Preocupaciones
- Metas

- Ambiciones

Episodio 2: Música: Los conciertos en Caracas

SUBTEMAS:

- Lasso
- Morat
- ¿Quién más quiere que venga?

Episodio 3: Artistas que marcaron a una generación

SUBTEMAS:

- Taylor Swift
- Justin Bieber
- Lady Gaga
- Artistas de la época de nuestros papás

Episodio 4: Tendencia: Marketing y Moda

SUBTEMAS:

- Balenciaga
- Qué opinamos
- ¿Es una buena estrategia de Marketing?

Episodio 5: Política y economía: ¿Venezuela se arregló?

SUBTEMAS:

- Una realidad abrumadora
- Estilo de vida: Contexto de cada persona
- Lugares nuevos en Caracas
- Sitios para visitar

Anexo G: Miniaturas para YouTube

Frecuencia

Para “Del 1 al 10” se decidió publicar un episodio semanal. Se realizó una planificación en la etapa de producción con el objetivo de tener listos los 3 primeros episodios para luego editar y publicar con tiempo.

Plataforma de publicación

Al momento de crear un podcast es importante saber o tener una idea de cuál plataforma es la adecuada para obtener el alcance y el feedback⁷ deseado por parte de la audiencia. En este caso, se decidió optar por las plataformas Spotify y YouTube por 2 razones: En primer lugar, la publicación en Spotify se llevó a cabo a través de la aplicación Anchor, ya que no requiere dinero

⁷ “El feedback es un concepto que se refiere a la retroalimentación que existe entre clientes y empresas, o los propios trabajadores de una marca” (Rosario Peiró, 13 de noviembre, 2019)

de los creadores para subir el programa en la plataforma. Como una empresa propiedad de Spotify, Anchor es el comienzo de la relación entre los creadores y Spotify, que luego se puede monetizar a través de anuncios. Siendo esta la aplicación de podcast más utilizada por las personas encuestadas, la plataforma de distribución sueca ha mantenido su liderazgo con fuerte presencia en Latinoamérica y creció un 50% respecto a la Encuesta Pod 2019.

Ver anexo I, J, K: Canal de YouTube, Miniaturas, Estadísticas

En segundo lugar, se encuentra YouTube, sitio web que permite crear contenido audiovisual fácil de compartir y monetizar y que a su vez aumenta el engagement⁸ de las publicaciones en redes sociales, lo cual es un beneficio para el proyecto pues significa una nueva fuente de ingreso y de apertura hacia nuevos consumidores del podcast. Según Encuesta Pod 2021, si el podcast está acompañado de un video en vivo o una animación hay mayor interés por el contenido, y es que a casi un tercio de las personas encuestadas le interesa mirar además de escuchar.

Ver anexo L: Canal de Spotify

“Los y las oyentes que comenzaron a escuchar podcast en los últimos años prefieren plataformas que no son exclusivas del formato sino que ofrecen contenido diversificado como música y piezas audiovisuales. Los favoritos, Spotify y Youtube, duplican su incidencia entre los oyentes más recientes. Quienes empezaron a escuchar podcast hace más tiempo utilizan en mayor proporción plataformas específicas de podcast”. (Vaccaro M., 2021)

⁸ Engagement es un término original del inglés que, en español, se usa para determinar el compromiso que se establece entre una marca y su audiencia en las distintas comunicaciones que producen entre sí. (Erico Mafra, 2020)

Locutores y productores

La ventaja de ser tu propio locutor y producir tu propio podcast es que permite a los oyentes sentir realmente la personalidad, la pasión por el contenido y la forma en que este se presenta. Sin embargo, conocerte a ti mismo, conocer tu personalidad y tu capacidad para presentar tu programa de una manera extrovertida e inteligente es clave a la hora de decidir si debes o no ser el presentador principal. Según un informe de Westwood One (2021), los oyentes sintonizan porque resuenan emocionalmente con la personalidad del presentador. Según el mismo informe, esta conexión emocional se convierte en una relación leal basada en el humor y la confianza.

La decisión de utilizar varios coanfitriones se debe pensar estratégicamente. Deben complementarse las personalidades y, aún más importante, las personas interesadas con los conocedores del contenido del programa. En “Del 1 al 10”, se analizaron cada una de las personalidades y, gracias a los años de conocimiento y por haber realizado trabajos previamente en distintos proyectos, se consideró que las 3 personalidades se complementan entre sí.

Es necesario tener una reunión de producción al menos una vez por semana antes de la grabación del programa, lo que permitirá discutir los temas del episodio que se grabará, así como abordar las últimas noticias que pueden haberse publicado ese día sobre el tema. Con múltiples anfitriones, también es importante organizarse y establecer una línea de tiempo con los puntos de conversación. Estas herramientas aseguran que los anfitriones no solo estén preparados sino que también informados, y así se aumenta la credibilidad, la cuál es de suma importancia.

Guión

Se entiende como guión al texto que sirve de ayuda para no desviar a los locutores del tema central, la clave es no apegarse completamente a él sino simplemente dejar que la conversación fluya de acuerdo a los puntos claves de cada tema. El guión suele escribirse luego de completar la planificación previa de los episodios y es el encargado de darle vida al podcast.

Guión Piloto: El multiverso de los estafadores (Tinder, Inventando a Ana)

TIEMPO	DIÁLOGO
38 seg	<p>NARRATIVA EMERGENTE: Karla</p> <p>Hoy hablaremos sobre un tema controversial y que se encuentra en tendencia, probablemente muchos lo hayan vivido, los estafadores. Pero ustedes dirán ¿Qué estafadores? Desde Anna Delvey, el estafador de Tinder, estafadores emocionales, hasta nuestra “amiga” María la del WhatsApp, ese es el tema del día de hoy en Del 1 al 10 podcast.</p> <p>TAPA DE ENTRADA:</p> <p><i>“3 amigas, infinidades de temas para hablar y un solo ranking del 1 al 10.</i></p>

<p>20 seg</p>	<p><i>Sabemos que es imposible reunirte con tus amigas y no calificar experiencias y nuevas tendencias. También sabemos que esas conversaciones SIEMPRE terminan en debate porque de gustos y colores está lleno el mundo.</i></p> <p><i>Del 1 al 10 es nuestro espacio en donde podemos opinar, aprender, reír e interiorizar cualquier tema que se nos venga a la mente. Prometemos hacerte sentir que estás sentado en la mesa con nosotras y que a este ratito con Iri, Ana So y Karla le des un DIEZ”</i></p> <p>DESARROLLO DEL TEMA: (Conversación entre Ana So, Karla e Irina)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ¿Por qué este tema está en tendencia? ● Anna Delvey ● Simon Leviev ● WhatsApp
<p>14 min</p>	<p>CONCLUSIONES</p> <p>¿Cuánto le damos a este tema Del 1 al 10?</p>

1 min	<p>CIERRE</p> <p>KARLA: Hasta aquí llegó el capítulo de hoy, esperemos que les haya gustado. Recuerden suscribirse en nuestro canal, también pueden encontrarnos en Spotify y en Instagram como @del1a110podcast.</p> <p>¡Hasta la próxima!</p>
-------	---

Guión episodio 1: Nos graduamos... ¿Ahora qué?

TIEMPO	DIÁLOGO
30 seg	<p>NARRATIVA EMERGENTE: Irina</p> <p>Estamos en la época del año en la que algunos ya se están graduando, y sabemos que hay personas que tienen el plan de vida hecho, otros que ni lo han pensado, y algunos que solo se dejarán llevar por el momento. Hoy debatiremos sobre este tema que está en la mesa de muchos, muchos se podrán sentir muy identificados, porque estamos en la etapa de “Nos graduamos... ¿Y ahora qué?”</p>

<p>38 seg</p>	<p>3 amigas, infinidades de temas para hablar y un solo ranking del 1 al 10.</p> <p><i>Sabemos que es imposible reunirte con tus amigas y no calificar experiencias y nuevas tendencias. También sabemos que esas conversaciones SIEMPRE terminan en debate porque de gustos y colores está lleno el mundo.</i></p> <p><i>Del 1 al 10 es nuestro espacio en donde podemos opinar, aprender, reír e interiorizar cualquier tema que se nos venga a la mente. Prometemos hacerte sentir que estás sentado en la mesa con nosotras y que a este ratito con Iri, Ana So y Karla le des un DIEZ”</i></p>
<p>14 min</p>	<p>DESARROLLO DEL TEMA: (Conversación entre Ana So, Karla e Irina)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Preocupaciones ● La universidad es en gran medida una burbuja: El mundo más allá es mucho más amplio. ● Para los que están afuera: no tengas miedo de regresar a casa ● Metas ● Ambiciones

<p>1 min</p>	<ul style="list-style-type: none">○ Irse del país○ Seguir estudiando (una maestría, un postgrado)○ Continúa tu educación.○ Tomar un año sabático.○ Encuentra una pasantía.○ Encuentre oportunidades de voluntariado.○ Encuentra trabajo de temporada.○ Enseñar en el extranjero.○ Mudarse a un lugar nuevo.○ Empieza tu propio negocio. <p>CONCLUSIONES</p> <p>¿Cuánto le damos a este tema Del 1 al 10?</p> <p>CIERRE</p> <p>IRINA: Hasta aquí llegó el capítulo de hoy, esperemos que les haya gustado. Recuerden suscribirse en nuestro canal, también pueden encontrarnos en Spotify y en Instagram como @del1al10podcast.</p>
--------------	--

	¡Hasta la próxima!
--	--------------------

Guión episodio 2: Política y economía: ¿Venezuela se arregló?

TIEMPO	DIÁLOGO
30 seg	<p>NARRATIVA EMERGENTE: Karla</p> <p>Definitivamente en Del 1 al 10 podcast nos gustan los temas un poco controversiales porque sabemos que este es nuestro espacio para debatir y compartir ideas, como si estuvieras sentado en la mesa con nosotros, el día de hoy traemos un tema que probablemente ya lo has conversado, y aquí escucharas nuestra opinión: ¿Venezuela se arregló?</p> <p><i>“3 amigas, infinidad de temas para hablar y un solo ranking del 1 al 10. Sabemos que es imposible reunirte con tus amigas y no calificar experiencias y nuevas tendencias. También sabemos que esas conversaciones SIEMPRE terminan en debate porque de gustos y colores está lleno el mundo.</i></p> <p><i>Del 1 al 10 es nuestro espacio en donde podemos opinar, aprender, reír e</i></p>

<p>38 seg</p>	<p><i>interiorizar cualquier tema que se nos venga a la mente. Prometemos hacerte sentir que estás sentado en la mesa con nosotras y que a este ratito con Iri, Ana So y Karla le des un DIEZ”</i></p> <p>DESARROLLO DEL TEMA: (Conversación entre Ana So, Karla e Irina)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Lugares nuevos en Caracas ● Contexto de cada persona ● Estilo de vida ● Sitios para visitar <p>CONCLUSIONES</p>
<p>14 min</p>	<p>¿Cuánto le damos a este tema Del 1 al 10?</p> <p>CIERRE</p>
<p>1 min</p>	<p>KARLA: Hasta aquí llegó el capítulo de hoy, esperemos que les haya gustado. Recuerden suscribirse en nuestro canal, también pueden encontrarnos en Spotify y en Instagram como @del1al10podcast.</p> <p>¡Hasta la próxima!</p>

Guión episodio 3: Música: Conciertos en Caracas

TIEMPO	DIÁLOGO
26 seg	<p>NARRATIVA EMERGENTE: Ana Sofía</p> <p>Volvieron los conciertos, pero la normalidad para mí no. Sin embargo, no es mentira que para muchos venezolanos esto ha traído mucha alegría, así que hoy vamos a clasificar “Del 1 al 10” los conciertos en Caracas.</p>
38 seg	<p>TAPA DE ENTRADA:</p> <p><i>“3 amigas, infinidad de temas para hablar y un solo ranking del 1 al 10. Sabemos que es imposible reunirte con tus amigas y no calificar experiencias y nuevas tendencias. También sabemos que esas conversaciones SIEMPRE terminan en debate porque de gustos y colores está lleno el mundo.</i></p> <p><i>Del 1 al 10 es nuestro espacio en donde podemos opinar, aprender, reír e interiorizar cualquier tema que se nos venga a la mente. Prometemos hacerte sentir que estás sentado en la mesa con nosotras y que a este ratito con Iri, Ana So y Karla le des un DIEZ”</i></p>

<p>14 min</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● La música y el arte, necesarios para las personas ● Lasso ● Morat ● ¿Quién más quiere que venga? <p>CONCLUSIONES</p> <p>¿Cuánto le damos a este tema Del 1 al 10?</p>
<p>1 min</p>	<p>CIERRE</p> <p>ANA: Hasta aquí llegó el capítulo de hoy, esperamos que les haya gustado. Recuerden suscribirse en nuestro canal, también pueden encontrarnos en Spotify y en Instagram como @del1al10podcast.</p> <p>¡Hasta la próxima!</p>

Guión episodio 4: Tendencia y moda: Estrategias de Marketing fuera de lo común.

TIEMPO	DIÁLOGO
15 seg	<p>NARRATIVA EMERGENTE: Ana Sofía</p> <p>El día de hoy optamos por el mundo de la moda y como hacen las empresas para potenciar sus marcas en las redes sociales. Tenemos varios ejemplos que son muy interesantes, si quieren saber un poco más, sigan atentos.</p>
38 seg	<p>TAPA DE ENTRADA:</p> <p><i>“3 amigas, infinitudes de temas para hablar y un solo ranking del 1 al 10. Sabemos que es imposible reunirte con tus amigas y no calificar experiencias y nuevas tendencias. También sabemos que esas conversaciones SIEMPRE terminan en debate porque de gustos y colores está lleno el mundo.</i></p> <p><i>Del 1 al 10 es nuestro espacio en donde podemos opinar, aprender, reír e interiorizar cualquier tema que se nos venga a la mente. Prometemos hacerte sentir que estás sentado en la mesa con nosotras y que a este ratico con Iri, Ana So y Karla le des un DIEZ”</i></p>

	<p>{DESARROLLO DEL TEMA: (Conversación entre Ana Sofía, Karla e Irina)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Zapatos Balenciaga (comienzos de mayo) ● Crocs con tacón Balenciaga ● El bolso de Balenciaga de \$2,145 que se parece al de Ikea de \$0.99 ● ¿Es una buena estrategia de Marketing?
14 min	<p>CONCLUSIONES</p> <p>¿Cuánto le damos a este tema Del 1 al 10?</p>
1 min	<p>CIERRE</p> <p>ANA: Hasta aquí llegó el capítulo de hoy, esperemos que les haya gustado. Recuerden suscribirse en nuestro canal, también pueden encontrarnos en Spotify y en Instagram como @del1al10podcast.</p> <p>¡Hasta la próxima!</p>

Guión episodio 5: Música: Artistas que marcaron a una generación

TIEMPO	DIÁLOGO
15 seg	<p>NARRATIVA EMERGENTE: Ana Sofía</p> <p>Hay artistas que marcaron a generaciones completas, que van pasando los años y las personas siguen hablando de ellos, hoy vamos a clasificar Del 1 al 10 a varios de ellos.</p>
38 seg	<p>TAPA DE ENTRADA:</p> <p><i>“3 amigas, infinidad de temas para hablar y un solo ranking del 1 al 10. Sabemos que es imposible reunirte con tus amigas y no calificar experiencias y nuevas tendencias. También sabemos que esas conversaciones SIEMPRE terminan en debate porque de gustos y colores está lleno el mundo.</i></p> <p><i>Del 1 al 10 es nuestro espacio en donde podemos opinar, aprender, reír e interiorizar cualquier tema que se nos venga a la mente. Prometemos hacerte sentir que estás sentado en la mesa con nosotras y que a este ratito con Iri, Ana So y Karla le des un DIEZ”</i></p>

	<p>DESARROLLO DEL TEMA: (Conversación entre Ana So, Karla e Irina)</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Taylor Swift ● Justin Bieber ● Lady Gaga ● Artistas de la época de nuestros papás <p>CONCLUSIONES</p> <p>¿Cuánto le damos a este tema Del 1 al 10?</p>
<p>14 min</p>	<p>CIERRE</p> <p>ANA: Hasta aquí llegó el capítulo de hoy, esperemos que les haya gustado.</p> <p>Recuerden suscribirse en nuestro canal, también pueden encontrarnos en Spotify y en Instagram como @del1al10podcast.</p> <p>¡Hasta la próxima!</p>
<p>1 min</p>	

Estructura

La estructura de un podcast se basa en la manera en que se distribuyen los contenidos a lo largo de la duración del programa, es la forma de segmentar y presentar los tópicos a hablar. La estructura se construye una vez que se tiene el guión listo ambos elementos se complementan entre sí.

“La mayoría de las personas encuestadas prefiere episodios de entre 15 y 45 minutos. Y una de cada tres escucha entre dos y tres episodios por semana”. (Vaccaro M., 2021)

Se tiene pensado hacer episodios con una duración de 15 minutos.

Estructura

INICIO (1:30 MIN)

1. Narrativa emergente (Rápida introducción del tema para enganchar al público)
2. Tapa de inicio (Presentación de los locutores)

DESARROLLO (12 MIN)

3. Primeros avisos e invitación a la llamada de acción
4. Hablar sobre todos los puntos de la lista de control

DESPEDIDA (1 MIN)

5. Preparación para el cierre

6. Anuncio transitorio rápido para informar la conclusión del programa
7. Últimos avisos e invitación a la llamada de acción
8. Cierre

Elemento diferenciador

Cuando se habla de “Elemento diferenciador”, se hace referencia a ese elemento o característica que diferencia a este podcast de la competencia. En ese caso, se puede decir que el carácter diferenciador de “Del 1 al 10” consta de múltiples elementos como:

- Existe una fusión entre el ofrecimiento de información verídica y confiable y el entretenimiento.
- La metodología principal del podcast es establecer un “Ranking⁹” o valoración del 1 al 10 sobre los temas y subtemas que vayan surgiendo en los episodios.
- No hay un guión establecido, solo una lista de tópicos que van surgiendo a medida en que empieza la conversación.
- Es un podcast principalmente de opinión, donde se respeta todo tipo de forma de pensamiento, estilo de vida y personalidad.
- Se cuenta con un gran respaldo audiovisual y de diseño que le da vida al programa.

⁹ “RANKING” El **ranking** es un grupo de elementos que están posicionados uno con respecto a otro, constituyendo una lista que sigue un orden. El orden se establece en función de un criterio (o un conjunto de ellos) de evaluación. (Economipedia, 2022)

Branding auditivo

El sonido y la música pueden brindar significado a la marca y ofrecer conexiones emocionales. Las marcas ahora deben tratar el sonido con el mismo cuidado y disciplina con el que tratan sus estándares gráficos y la construcción visual de su marca.

Porque al igual que lo gráfico, el sonido puede hacer gran parte del significado del contenido. Y al igual que la estrategia de identidad visual empleada correctamente, el uso estratégico del sonido puede desempeñar un papel fundamental en la diferenciación positiva entre diferentes podcasts, mejorando el recuerdo, creando preferencia y generando confianza.

Los estudios cognitivos descritos en el libro muestran que los sonidos relevantes y las señales musicales pueden realmente influir en las personas en maneras que los especialistas en marketing quieren.

Especialistas en marketing definen la marca de audio como los sonidos distintivos que pertenecen a la marca, para el podcast “Del 1 al 10” se hizo un diseño inspirado en la música Tech House, producido por un estudiante de ingeniería de sonido. La pista desarrollada se implementará en todas las plataformas de redes sociales, así como en el programa, para que al escuchar la canción esta quede grabada como una identidad del podcast en la mente de las personas.

Al igual que la marca visual, los sonidos y la música de la marca deben emplearse estratégicamente en toda el experiencia, siempre que sea posible, convirtiéndose en un valioso identificador del podcast.

Para la tapa de entrada de cada episodio se unió pista musical desarrollada y un guión que da a conocer de qué trata el podcast “Del 1 al 10”, este también se utilizó como trailer¹⁰ en las redes sociales para generar intriga de lo que está por venir.

Tapa de entrada del podcast:

“3 amigas, infinidad de temas para hablar y un solo ranking del 1 al 10.

Sabemos que es imposible reunirte con tus amigas y no calificar experiencias y nuevas tendencias.

También sabemos que esas conversaciones SIEMPRE terminan en debate porque de gustos y colores está lleno el mundo.

Del 1 al 10 es nuestro espacio en donde podemos opinar, aprender, reír e interiorizar cualquier tema que se nos venga a la mente. Prometemos hacerte sentir que estás sentado en la mesa con nosotras y que a este ratito con Iri, Ana So y Karla le des un DIEZ”

Identidad Visual

La identidad visual se conoce como una serie de características gráficas que posee una marca, sea personal, empresarial o de cualquier tipo, todas sus características son las que la identifican y la diferencian de las demás. El objetivo de una identidad visual es proporcionar unidad, consistencia y flexibilidad a cada uno de los medios en los que se presente el podcast. En este caso, la marca es

¹⁰ Término inglés que se relaciona con el medio audiovisual y es traducido como “avance”, indica una sinopsis o resumen de una trama. En podcast el trailer es la carta de presentación, donde se captura el mensaje del programa de la forma más concisa posible.

el Podcast “Del 1 al 10” y el objetivo principal de su identidad visual es hacerlo destacar entre los demás podcasts con el fin de crear ese elemento diferenciador que la audiencia debe captar.

“En definitiva, la identidad visual es plasmar visualmente el concepto y cualidades de la marca”.

(Rivas, G., 2020)

Elementos:

Tomando en cuenta los objetivos del podcast, así como el formato y la audiencia deseada, se desarrolló una identidad gráfica que refleja distintos factores:

- Entretenimiento
- Información
- Relajación

- **Logo**

Como resultado se obtuvo un Imagotipo. Así se le denomina a la composición de imagen y texto del nombre de la marca con una imagen o dibujo que los representa. De esta manera el ícono puede usarse separado del nombre en ciertas ocasiones.

Se puede ver la imagen o el ícono de un micrófono junto con el nombre “Del 1 al 10” sobre un fondo de color sólido.

- **Tipografías**

En cuanto a la tipografía se decidió optar por el tipo Sans-Serif sencillo —Cheddar Gothic Rough— con el fin de facilitar su legibilidad y no quitarle la atención al ícono que lo acompaña.

- **Paleta de colores**

Se eligió una paleta de colores variados con el objetivo de representar nuestra feminidad y darle un carácter llamativo y divertido a su imagen. Creamos 4 variaciones de color. Guiándonos por la psicología del color, la paleta elegida es:

- Rojo coral: Pasión, energía
- Turquesa: Calma
- Rosado claro: Diversión, femenino, delicadeza
- Blanco: Sencillez
- Crema: Neutralidad
- Azul marino: Seriedad, profesionalismo

La identidad visual no sólo se utilizó en el logo del podcast, sino que además fue lo principal dentro de la estrategia de la red social, Instagram.

Ver anexo D: Manual de Corporativo

Presupuesto

A raíz de la inflación que se vive en Venezuela y respondiendo al manejo de precios de los proveedores, el presupuesto del podcast se manejó desde el inicio en dólares.

- Alquiler de luces: \$20 diario (3 días de grabación) TOTAL \$60
- Alquiler de un estudio de grabación: \$30 (3 días de grabación) TOTAL \$90
- Publicidad paga de Instagram: \$100

- Utillería de decoración: \$70

Al iniciar el proceso de producción, se desarrolló un presupuesto final que se encontró significativamente por debajo del presupuesto estimado, pues a través de intercambios, patrocinios y la ayuda del equipo técnico de Radio UMA logramos obtener casi todas las herramientas necesarias sin ningún tipo de costo, lo que permitió direccionar recursos a otros detalles que antes no habían sido contemplados, como la escenografía y los refrigerios para las pautas.

Ver Anexo A: Presupuesto Inicial

PRODUCCIÓN

- **Equipos**

Es importante destacar que para iniciar un proyecto de podcast no es necesario contar con un gran equipo de grabación, ni estudios especiales. Es factible empezar por lo más simple, como un teléfono inteligente con grabadora, audífonos, un software gratuito de grabación y una computadora con suficiente capacidad de almacenamiento, de por lo menos 8 GB de memoria RAM.

En el caso de tener un iPhone, este dispositivo cuenta con los elementos necesarios para grabar un podcast, pero hay que tomar en cuenta que la calidad del audio no es igual a la de otros equipos más sofisticados. Existen varias aplicaciones gratuitas que ayudan a mejorar la grabación como:

- [Ancla](#) (iOS y Android)
- [Parlante](#) (iOS y Android)
- [Grabadora iRig](#) (iOS y Android)

Es necesario saber que uno de los elementos más importantes es la calidad del audio. Una falla en el audio puede hacer que la audiencia pierda el interés en cuestión de segundos. Por lo tanto, en el equipo que hay que hacer mayor énfasis son los micrófonos y audífonos.

Al escuchar algunos de los programas mejor calificados en Google Podcasts, como Radio Ambulante, Relatos en inglés con Duolingo, Escuela de Nada, Despertando Podcast, todos suenan bien grabados con un estándar consistente de calidad de audio: el diálogo es claro y sin distracciones y la música se usa apropiadamente cuando es necesario.

Para lograr un podcast con sonido de alta calidad se comienza con la grabación y es importante asegurarse de que el entorno en el que se graba esté lo más controlado posible. De nada sirve tener el mejor micrófono y los invitados más elocuentes si se está grabando con una ventana abierta al lado de una obra de construcción.

En el caso de no poseer un estudio especializado en grabación, lo ideal es buscar una habitación con el menor ruido de fondo posible. Si al momento de colocarse los auriculares para grabar logra escuchar ruidos de fondo como: los carros, personas en el fondo, ventiladores de computadoras y refrigeradores, es recomendable apagar todos los elementos con un interruptor de apagado antes de grabar. También es mejor elegir un entorno con materiales naturales que absorban el sonido, cortinas, alfombras, sofás, etc. Una buena sala para grabar es un lugar en el que se pueda aplaudir sin que se escuche el eco. Y si se escucha, se puede elegir otra habitación o colocar algunos materiales naturales que amortigüen el sonido a la habitación.

Para la producción del Podcast “Del 1 al 10” se decidió tomar el espacio de una oficina cerrada y decorarlo con el objetivo de que pareciera un estudio de grabación, además se hizo la compra de tres micrófonos de la marca Trust MICO para PC Laptop con conector USB, para conectarlos a

una sola computadora y empezar a grabar sin la ayuda extra de otra persona que se encargue solo de la producción. Posteriormente se cambió de decisión, gracias a que se pudo obtener una mayor ayuda por parte del estudio de radio de la Universidad Monteávila (Radio UMA), el cual cuenta con micrófonos de condensador conocidos por el nombre Sennheiser MK4, dando así una mejor calidad y supervisión del sonido para el producto final.

“El MK4 es altamente versátil para vocales, guitarras acústicas y pianos de cola, así como para cuerdas e instrumentos de aliento”, explicó (Sebastian Schmitz, 2011) . “Lo que es más, en numerosas pruebas de campo ha probado ser un excelente micrófono para amplificadores de guitarra, batería y percusiones. Además es un micrófono discreto con sonido sobresaliente.”

Ver anexo B y C: Estudio Inicial , Radio UMA.

Existen tres categorías de micrófonos:

Micrófono

1. Micrófonos USB:

Se caracterizan por ser los más económicos y útiles al momento de iniciar con un podcast, su uso se basa en conectarlos al puerto USB de la computadora, abrir el software de grabación que se vaya a utilizar y comenzar a grabar sin dificultad alguna. La desventaja de este equipo es que en comparación con otros, la calidad del audio no es de las mejores.

2. Micrófonos dinámicos:

Son una excelente opción para podcasts de 2 o más personas, ya que aíslan el ruido de fondo y no requieren retroalimentación externa, es decir, no tiene que estar conectado a otro dispositivo para poder utilizarlo. Es el más utilizado por locutores de radio, músicos y

podcasters. La única desventaja de este tipo de micrófonos es que se debe mantener una distancia muy corta entre la boca y el micrófono para de esa manera garantizar los niveles de grabación constantes.

3. Micrófonos de condensador:

Poseen excelente calidad de audio y sensibilidad, adecuados para espacios silenciosos tratados con sonidos. Requieren de una alimentación fantasma de 48 Voltios, también conocida como “Alimentación Phantom”. Según Aller. A, habla de que la Alimentación fantasma se trata de “Una forma de suministrar energía a los micrófonos a través de distintas fuentes, como pueden ser mixers o mezcladores, preamplificadores de micrófono, interfaces de audio o fuentes de alimentación phantom. La alimentación viaja desde la fuente al micrófono por el mismo cable que se envía la señal de audio del micro. De este modo, no hay un cable dedicado para suministrar energía al micrófono, sino que el micrófono phantom recibe por el mismo cable audio y energía. Es por este motivo que se le denomina «fantasma»”.

Si va a grabar en iphone no sienta que lo está haciendo mal, el famoso artista Kanye West afirmó durante una entrevista para la revista GQ que él ha grabado una parte importante de su último álbum, JESUS IS KING, en un Iphone. A pesar de tener configuraciones de estudio en la mayoría de sus espacios de trabajo, Kanye aprovecha la posibilidad de grabar ideas de canciones rápidamente en su teléfono y promociona la calidad de su micrófono; “Simplemente rapeo en mi iPhone. El mejor micrófono del planeta”.

Cámaras

Cuando se habla de grabación de material audiovisual, es fundamental tener los equipos adecuados para obtener el mejor resultado visual y auditivo, se pueden utilizar equipos como:

- Cámara de fotografía digital con opción de clips de vídeo
- Videocámaras (digitales y analógicas)
- Webcam
- Teléfonos móviles

Para la grabación del podcast “Del 1 al 10” se utilizó una cámara Nikon D3100 Reflex Digital y teléfonos móviles iPhone 12. La grabación se llevó a cabo gracias a un trípode para tener total estabilidad en el video.

Iluminación

La iluminación es uno de los elementos más importantes al momento de grabar cualquier material audiovisual. Este elemento juega el papel de ambientar el espacio en donde se realizará el podcast, tomando en cuenta si es en un estudio de grabación o en espacios abiertos, siempre es importante contar con luz natural o artificial.

Para la iluminación del podcast se utilizó un kit de luces fijas, el cual trae 2 bombillas fluorescentes compactas en espiral de 110 W de bajo consumo, en total para ahorrar energía hasta un 80% y tiempo de vida de aproximadamente 10.000 horas. Con temperatura de color de 6500 K, proporcionando un buen ambiente fotográfico y de video. (Yesker Softbox Photography Lighting Kit)

Grabación

Consejos a modo de resumen:

AUDIO

Independientemente de si está grabando un podcast con su iPhone o con un micrófono, puede mejorar drásticamente la calidad del audio optimizando algunas cosas simples sobre la técnica del micrófono:

- Debe monitorear su podcast en tiempo real: Antes de empezar a grabar, cierre los ojos y escuche atentamente, piense qué desea grabar y trate de percibir los posibles ruidos que quiera evitar.
- Experimente con la distancia entre su boca y el micrófono: cada micrófono tiene su propio punto dulce ligeramente diferente, una buena regla general es cerrar el puño con la mano y poner el puño entre la boca y el micrófono. Si hay algún ruido molesto inevitable trate de poner el micro a 180 grados de él, para que afecte lo menos posible el resultado final.
- Evita grabar en un nivel de voz muy bajo, de forma que no se tenga que aumentar drásticamente el audio en la posproducción y se termine elevando el ruido de fondo (ruido blanco no deseado) de su grabación: puede grabar un fragmento corto y hablando tan alto como cree que puede hablar durante su grabación, reproduzca su grabación de prueba y haga los ajustes apropiados de su voz y la ubicación del micrófono, se recomienda usar audífonos cerrados de alta calidad. Sin embargo, cualquier par de auriculares es mejor que no monitorear su grabación en absoluto.

- Asegúrese de no golpear el soporte del micrófono o su micrófono, incluso los golpes más sutiles en el micrófono pueden crear ruido.
- Al momento de grabar en exteriores se puede implementar el uso de cortavientos, esto ayudará con la calidad del sonido.
- Evitar espacios con acústicas que generen efectos de eco.

VIDEO

- Elabore un buen guión.
- Compruebe los equipos antes de la grabación (cámaras, cables, baterías, cargadores, etc).
- Grabe distintos tipos de planos para que haya variedad para intercalarlos en la edición.
- Para grabar un debate de un grupo, tome planos generales, primeros planos de quienes escuchan y primeros planos de quienes hablan.
- Deja la cámara grabando unos 5 segundos de más antes de pararla. De esa manera se asegura de que no se corten imágenes necesarias.
- Comprobar lo grabado frecuentemente.

POSTPRODUCCIÓN

○ Edición de Audio

Una vez culminada la grabación de los episodios se da inicio a la edición, proceso en el que se busca pulir, agregar o eliminar elementos, algún sonido extraño o mejorar la calidad del audio y para ello se necesita un Software o programa especializado en la edición de audio. El Software

más recomendado y el que utilizamos para la edición del Podcast “Del 1 al 10” es conocido como **Adobe Audition**. Esta es una opción paga (\$20 al mes), adaptable para PC y Mac. Este programa asegura calidad y potencia la grabación y edición, es la opción ideal si su objetivo es lograr tener un audio impecable.

De igual manera, existen otros programas excelentes y gratuitos como:

Audacity: “editor y grabador de audio multipista gratuito y fácil de usar para Windows, macOS, GNU/Linux y otros sistemas operativos”. (Página Oficial de Audacity)

GarageBand: “GarageBand convierte tu Mac en un gran estudio de música: su completa biblioteca de sonidos incluye instrumentos, opciones predefinidas para guitarra y voz, y una increíble selección de bateristas y percusionistas. Con las funciones del Touch Bar en la MacBook Pro y su diseño moderno e intuitivo, es muy fácil aprender, tocar, grabar, crear y compartir tus éxitos con el mundo. Ahora ya estás preparado para crear música como un verdadero profesional”. (Página oficial de GarageBand)

- **Edición de Video**

La edición de video es un proceso que permite colocar todo el material grabado junto a imágenes, gráficas, efectos digitales y cualquier otro material audiovisual con el fin de crear una composición en su totalidad. En este caso, dicha composición es cada capítulo del podcast en sí.

El programa utilizado para la edición de video de los episodios de “Del 1 al 10” es Adobe Premier Pro, un programa profesional con una interfaz avanzada y personalizable. Dicho programa es

compatible con varios formatos de videos entre ellos: MP4, MPEG, MPE, MPG, MOV, FLV, AVI, etc.

De igual manera existen más opciones de programas de edición, como:

- **Movavi:** Programa básico para principiantes, de fácil empleo, su función principal es cortar y pegar, aunque cuenta con opciones básicas de títulos y efectos. Es una buena opción para adentrarse al mundo de la edición de video.
- **Filmora:** Programa básico pero un poco más avanzado al anterior, ya que cuenta con funciones complementarias como: Variedad de efectos, ajustes preestablecidos, permite grabar y agregar audio externo, entre otras opciones.
- **Final Cut:** Programa profesional, desarrollado por Macromedia y Apple. Funciona con computadoras personales que cuenten con un sistema operativo Mac Os X, el cual permite al usuario transferir los videos en un disco duro ya sea interno o externo y a su vez puede ser editado, procesado y finalmente publicado a una gran variedad de formatos.
- **Publicación**

Normalmente los podcasts son materiales donde lo que más predomina es la voz, por lo que lo visual entra en un segundo plano. No obstante, en este proyecto se decidió hacer tanto audio como video. Publicado en YouTube, se podrá escuchar y ver cada episodio; y en Spotify, aplicación que solo provee audio, es la opción perfecta para escuchar un podcast y hacer otras actividades al mismo tiempo.

○ YouTube

YouTube es una plataforma creada en el 2005 que permite a sus usuarios publicar contenidos audiovisuales. Se caracteriza por poseer la facilidad de ver videos sin la necesidad de descargarlos en la computadora. Se eligió esta plataforma con el fin de lograr un mayor alcance de visualizaciones y también porque es una manera de hacer que la audiencia sienta mayor cercanía con las locutoras y el podcast. Según la página oficial de Youtube, los pasos para publicar videos por este medio son los siguientes:

- Crear el canal del Podcast con su nombre y especificaciones. De esta manera se facilita la búsqueda a los usuarios de su contenido y es el primer paso para impulsar su marca.
- Entrar a YouTube Studio.
- En la esquina superior derecha, hacer clic en ‘Crear’ y luego en ‘Subir video’.
- Elegir el archivo que se quiere subir, este debe ser tipo MP4.
- Hacer clic en ‘Editar’ y colocar los detalles del video: Título, descripción del podcast, etiquetas y palabras clave. Luego se procede a añadir la “miniatura” que se conoce como la imagen que identifica el material en el buscador de YouTube.
- ‘Publicar’.

Descripción de vídeos:

La descripción de un video de YouTube es el texto debajo de los videos. Este ayuda a los espectadores a encontrar el contenido, saber de qué trata el video y explicar por qué deberían verlo. También YouTube rastrea las descripciones y usa esa información para clasificar los videos en

los resultados de búsqueda. Es por eso que cuando se hace bien la publicación, las descripciones de YouTube son detalladas y ayudan a mejorar el SEO del canal. La Academia de creadores de YouTube afirma que "Las descripciones bien escritas con las palabras clave adecuadas pueden aumentar las vistas y el tiempo de reproducción porque ayudan a que su video aparezca en los resultados de búsqueda".

El artículo web de Click Minded, [10 High-Converting YouTube Description Templates For More Views](#), en español como: [10 Plantillas de descripción de vídeos en YouTube de para obtener más vistas](#), recomienda que:

- Añadir las palabras clave más importantes
- Decir a los espectadores de qué trata el video
- Agregar enlaces a recursos útiles y canales de redes sociales
- Incluir una llamada a la acción
- Utilizar YouTube Analytics para realizar un seguimiento del progreso

Para las descripciones de los vídeos de YouTube para el podcast "Del 1 al 10" se utilizaron las siguientes descripciones:

Capítulo Piloto- El multiverso de los estafadores	En Del 1 al 10 clasificamos al multiverso de estafadores !! 🤖 sin duda alguna todos son horribles 👁️👁️ 😞 ¿Pero cuál es peor?
--	---

	<p>En este vídeo vas a poder escuchar nuestras experiencias con estafadores 📄 desde los económicos 💰 hasta los emocionales 🤔 🗣️</p> <p>Anna Delvey y Simon Leviev son un par de estafadores que tuvieron su debut en las grandes pantallas 👁️ 🎬 ¿Los estafadores están de moda o son tan populares que llegaron al cine? 📺</p> <p>Esperamos que disfrutes este video 📺 comenta abajo si alguna vez te han estafado 📄</p> <p>Nos vemos en nuestro próximos capítulos 🗣️</p> <p>SE NUESTRO AMIGO:</p> <p>🌐 Añádenos en Instagram:</p> <p>https://instagram.com/del1al10podcast?igshid=YmMyMTA2M2</p> <p><u>Y=</u></p>
<p>1er capítulo: Nos graduamos... ¿Y ahora qué?</p>	<p>Estamos en la época del año donde muchos nos estamos graduando... 🎓 👁️</p> <p>✅ Hay personas con un plan de vida hecho</p>

✓ Otras que saben exactamente lo que quieren pero todavía no tienen un plan definido

✓ Y personas que se dejarán llevar por el momento

¡Y ninguna está mal!

En este episodio vas a poner conocer nuestras distintas perspectivas 📖 y queremos que sepas que la incertidumbre no tiene nada de malo 😊

Esperamos que disfrutes este vídeo 📺

Nos vemos en nuestro próximos capítulos 😊

SE NUESTRO AMIGO:

🌐 Añádenos en Instagram:

<https://instagram.com/del1al10podcast?igshid=YmMyMTA2M2>







Y=

🎧 Escúchanos en Spotify:

[https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?](https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?si=EEynPJt5TJW0Mtr7jdgCkg)

[si=EEynPJt5TJW0Mtr7jdgCkg](https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?si=EEynPJt5TJW0Mtr7jdgCkg)

<p>2do capítulo: Los conciertos en Caracas</p>	<p>¡Clasificamos Del 1 al 10 la llegada de los conciertos! 🎧</p> <p>Sabemos la situación de Venezuela no está perfecta... pero que emoción la llegada de artistas que nos deslumbran con su música 🎧🎧</p> <p>¿Qué artista pagarías para verlo sin pensarlo? ❤️</p> <p>SE NUESTRO AMIGO:</p> <p>🌐 Añádenos en Instagram:</p> <p>https://instagram.com/del1al10podcast?igshid=YmMyMTA2M2</p> <p><u>Y=</u></p> <p>🎧 Escúchanos en Spotify:</p> <p>https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?si=EEynPJt5TJW0Mtr7jdgcKg</p>
<p>3er capítulo: Artistas que marcaron a una generación</p>	<p>Hay artistas que pasan los años y los seguiremos recordando siempre 🎧😊</p> <p>En el capítulo de hoy clasificamos del 1 al 10 esos artistas que nos dejaron una marca en nuestros corazones ❤️🎧</p> <p>Como mujeres en sus 20... ¿Qué artistas crees que diremos? 🎧</p>

	<p>Comenta abajo qué artista te marcó el corazón  </p> <p>SE NUESTRO AMIGO:</p> <p> Añádenos en Instagram:</p> <p><a data-bbox="548 510 1377 615" href="https://instagram.com/del1al10podcast?igshid=YmMyMTA2M2Y=">https://instagram.com/del1al10podcast?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p> Escúchanos en Spotify:</p> <p><a data-bbox="548 793 1365 898" href="https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?si=EEynPJt5TJW0Mtr7jdgcKg">https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?si=EEynPJt5TJW0Mtr7jdgcKg</p>
<p>4to capítulo:</p> <p>Marketing vs Moda</p>	<p>Hay estrategias de marketing que son totalmente fuera de lo común  </p> <p>Pero...</p> <ul style="list-style-type: none"><input checked="" type="checkbox"/> ¿Funcionan?<input checked="" type="checkbox"/> ¿Son buenas?<input checked="" type="checkbox"/> ¿Cumplen su objetivo?

	<p>En este capítulo clasificaremos del 1 al 10 esas estrategias loquísimas 🗨️🗨️ como los zapatos destrozados de Balenciaga 😊🌊👤</p> <p>¿Cuál es la estrategia más loca que has visto? 🗨️🗨️</p> <p>SE NUESTRO AMIGO:</p> <p>🌐 Añádenos en Instagram:</p> <p>https://instagram.com/del1al10podcast?igshid=YmMyMTA2M2Y=</p> <p>🗨️ Escúchanos en Spotify:</p> <p>https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?si=EEynPJt5TJW0Mtr7jdgcKg</p>
<p>5to capítulo:</p> <p>¿Venezuela se arregló?</p>	<p>Un tema muy popular: ¿Venezuela se arregló? 🗨️😊🌊</p> <ul style="list-style-type: none">- Bodegones- Vida nocturna- Entretenimiento

	<p>¿Qué significa todo esto? 🤔</p> <p>Aquí te compartimos nuestra perspectiva 👁️👂 ¿Tú qué opinas?</p> <p>¡Clasificamos Del 1 al 10 nuestra perspectiva en la situación !! 🤔</p> <p>SE NUESTRO AMIGO:</p> <p>🌐 Añádenos en Instagram:</p> <p>https://instagram.com/del1al10podcast?igshid=YmMyMTA2M2</p> <p><u>Y=</u></p> <p>🎧 Escúchanos en Spotify:</p> <p>https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?si=EEynPJt5TJW0Mtr7jdgcKg</p>
--	---

- **Spotify**

Según la página oficial de Spotify: “Es un servicio de música, podcasts y vídeos digitales que te da acceso a millones de canciones y a otro contenido de creadores de todo el mundo”.

Y estos son los pasos para publicar cualquier contenido a la plataforma:

Al momento de publicar un podcast en esta plataforma es necesario tener un enlace a una fuente RSS. Según Microsoft, es una forma sencilla de mantenerse al día con sus sitios web favoritos, como blogs, revistas en línea u otras.

Spotify se encuentra asociado con una variedad de sitios web y aplicaciones que permiten subir de manera fácil y rápida cualquier contenido directamente a la plataforma. A continuación, se adjuntará la lista:

- Acast
- Anchor
- Audioboom
- Backtracks
- Blubrry
- Buzzsprout
- Castos
- Captivate
- Fireside
- iono.fm
- LibSyn
- Megaphone
- Omny
- Pinecast
- PodBean
- Podcaster.DE
- Podiant
- Podigee
- Podomatic
- RedCircle
- Simplecast
- Spreaker
- Transistor
- Whooshkaa

Seguidamente debe iniciar sesión en Spotify para Podcasters. Para esto es necesario tener una cuenta de Spotify o elegir ‘SUSCRÍBETE’ para crear una nueva cuenta. Luego, seguir estos pasos:

1. Hacer clic en EMPEZAR.
2. Pegar el enlace en la fuente RSS de tu podcast, en este caso Anchor.

3. La plataforma envía un email de verificación a la dirección que figura en su fuente RSS.
Copie el código de 8 dígitos que reciba en el email y péguelo en el formulario de envío.
4. Agregar información sobre el podcast: la categoría, el idioma y el país.
5. Revisar la información y hacer clic en ENVIAR.

Luego de hacer clic en ENVIAR, aparece la URL de Spotify para su podcast. Puede demorar unas horas en aparecer en la aplicación.

- **Promoción Redes Sociales**

- Instagram

La publicidad y promoción del podcast se lleva a través de la red social Instagram, de esta forma la audiencia puede estar informada de cada lanzamiento de los nuevos episodios.

Según la Encuesta Pod 2021, el 64,1% de las personas descubren nuevos podcasts a través de las redes sociales, lo que también refleja que Instagram está posicionada en el primer puesto con el 83%, siendo la red social donde mayor cantidad de personas descubren nuevos podcasts. Por esta razón, se decidió crear una estrategia de publicidad y marketing en esta red social.

Se inicia con una campaña de intriga para presentar el podcast y a las locutoras. Seguidamente el contenido general se basa en publicar las portadas de los capítulos, posts con frases relacionadas a los temas de interés, y se realizan clips de video y adelantos o “previews¹¹” para obtener mayor alcance en la red social.

¹¹ “PREVIEW” es un avance que se muestra antes de la presentación pública de una película, exposición de arte, etc., generalmente ante un público invitado de celebridades y periodistas. (Educalingo)

Ver anexo E, G, H: Línea Gráfica, Feed de Instagram, Estadísticas

La finalidad del contenido de esta red social es que sea divertido y creativo de tal manera que los usuarios que la sigan sean redireccionados al canal oficial del podcast tanto en Spotify y YouTube.

“La mayoría de las personas encuestadas descubren nuevos podcasts fundamentalmente a través de redes sociales, la navegación en las plataformas donde escuchan, recomendaciones de amistades y de otros podcasts”. (Vaccaro M., 2021)

Ver anexo F: Calendario de publicaciones

- **Monetización**

Cuando el programa está realizado con un contenido interesante, bien desarrollado y con un público activo es más simple monetizarlo. La idea de “Monetizar” consiste en la generación de ingresos a través de la realización del Podcast, la cual se puede llevar a cabo de distintas maneras:

Intercambios: Convenios con marcas con las que se puede llegar a un acuerdo de alianza en el que se ofrece publicidad de la marca en el programa como intercambio de sus productos sin ningún costo adicional. Hay que tomar en cuenta que no muchas marcas aceptan esta alianza a no ser que el programa cuenta con una gran audiencia que le traiga beneficios en sus ventas.

Publicidad paga: Con la venta de espacios publicitarios se podría generar un ingreso fijo al podcast que le permitiese ser rentable. Este método se puede conseguir a través de *banners*¹² o audios publicitarios, como también se puede pagar publicidad en redes sociales como Instagram.

¹² “BANNER” Espacio publicitario insertado en una página de internet. (Oxford Languages)

El dinero generado tiende a ser poco y no se tiene un control de los anuncios una vez hecho el pago.

Patrocinios: Esta técnica es una de las más efectivas, son varias las marcas dispuestas a pagar para tener un espacio publicitario en un Podcast de calidad. Pero se debe tener en cuenta que no siempre las empresas serán las que pidan ese espacio publicitario sino los productores del programa. Consejo: Ir a tratar con las marcas que ya se encuentren en la publicidad de otros programas, pues ya esas empresas conocen el procedimiento. Al momento de elegir, es importante que sea una empresa que los productores y locutores conozcan para de esa manera hacer publicidad verdadera y confiable.

Soporte directo: En el programa se pide dinero a la audiencia de manera directa con la intención de poder seguir con la producción del programa. Al contar con una audiencia activa y confiable, esta técnica puede favorecernos de gran manera, ya que si los oyentes disfrutan del podcast, harán lo que sea para que siga en pie.

Vendiendo productos: Muchos podcast usan esta técnica para ganar dinero, vendiendo productos que complementen el programa. Se pueden vender productos como material POP del programa: camisas, gorras, chapas, entre otros. También se pueden hacer eventos como conferencias y cursos en vivo.

Por los momentos, no se ha llevado a cabo ninguno de estos métodos de monetización para la producción “Del 1 al 10” debido a que todavía no se cuenta con un número considerable de oyentes. Decidimos esperar a que el programa crezca para luego implementar alguna de estas estrategias.

CAPÍTULO V

Conclusiones

Una vez finalizados y publicados todos los episodios podemos afirmar que todos los objetivos planteados por el equipo organizador fueron alcanzados, asimismo las expectativas que se tenía respecto a un podcast que está empezando en el mundo de los medios audiovisuales. Fue muy gratificante la gran cantidad de mensajes positivos y retroalimentación que tuvimos sobre los episodios y el número de personas alentándonos a darle continuidad al proyecto.

Durante el proceso concluimos que existen oportunidades para elaborar iniciativas creativas, en especial por gente joven que sigue apostando por emprendimientos comunicacionales dentro del país.

Concluimos también que realizar un podcast como medio de comunicación es una herramienta que se puede utilizar con un bajo presupuesto, buscando alternativas gratuitas que se disponen en internet. También pudimos observar que el impacto de “Del 1 al 10” va más allá de una audiencia ubicada en Venezuela, obtuvimos muchos comentarios positivos de una audiencia venezolana fuera de Venezuela que aún se interesa por escuchar las perspectivas de venezolanas viviendo en el país sobre situaciones en tendencia.

También pudimos ver que la idea y formato del podcast “Del 1 al 10”, puede quedar como un proyecto que se siga desarrollando en el tiempo. Al ser un programa que discute sobre temas de tendencias, tiene mucho material para desarrollar, además tuvimos una buena conexión como locutoras del programa y la identidad de marca resultó muy satisfactoria, este podcast tiene potencial para seguir creciendo como medio y espacio para dar a conocer nuestras propias ideas e incluso más adelante, intercambiar conocimientos con expertos en los temas a desarrollar. La

audiencia podría seguir creciendo con una buena estrategia de redes sociales e incluso utilizando publicidad paga de instagram para llegar a más personas luego de habernos posicionado muy bien de boca en boca.

Del 1 al 10 generó un gran impulso a través de su cuenta en Instagram, logrando captar un interés por parte del público. Esto se ve reflejado en las estadísticas de la red social. Sin embargo, se considera que de darle continuidad a este proyecto, se debe invertir en publicidad paga en Instagram, y así poder llegarle a más personas a lo largo de Venezuela e incluso fuera del país. Así, con una audiencia más grande, trabajar en distintas formas de monetizar el proyecto. También, llegamos a la conclusión que si se continúa con el proyecto, la utilización de otras redes sociales como Tiktok podrían generar un gran alcance.

De igual manera, podemos asegurar que las condiciones del podcast, calidad de audio, video y branding fueron las óptimas para la difusión exitosa del mismo. Consideramos que contar con un estudio propio podría ser muy beneficioso para cumplir con un cronograma de publicación a la perfección, pero para ello se debe hacer una buena investigación y asesoramiento de los instrumentos a comprar.

Uno de los factores más gratificantes y positivos fue el desarrollo de los episodios y los comentarios recibidos al respecto. Toda la preproducción, producción y post producción del programa fue muy efectiva para el desarrollo de cada episodio y las comunicaciones en Instagram. Cada integrante aportó elementos técnicos y prácticos valiosos los cuáles ayudaron a alcanzar las metas trazadas. Concluimos que es de suma importancia que en un proyecto de esta magnitud las tareas y responsabilidades sean distribuidas desde el primer momento y que la dinámica del equipo sea una en la cual todos aportan y opinan en todo, cada quien con unas tareas específicas bajo su

cargo.

Por último, nos satisface comunicar que los objetivos del proyecto final de carrera fueron cumplidos exitosamente. Nos llena de orgullo saber que contamos con el conocimiento teórico y práctico aportado por la Universidad que nos dio este Proyecto Final de Carrera para ser comunicadores sociales integrales.

Recomendaciones

Luego de la ejecución de este proyecto hacemos las siguientes recomendaciones:

1. Aquellos que deseen realizar proyectos similares a este deben tener en consideración que el aspecto más importante y menos mencionado en diferentes guías de orientación es la parte técnica de un podcast. Es decir, podríamos decir que un 80% del desarrollo del proyecto consiste en conseguir el espacio ideal en cuanto a acústica, silencio y comodidad y tener buenos micrófonos a la hora de grabar.
2. Debemos recomendar que luego de haber generado una buena audiencia de boca en boca y tener una audiencia que te apoye, consideramos que para llegar a más personas es vital destinar un buen porcentaje del capital de inversión en publicidad paga, pues si bien es cierto que el podcast puede crecer orgánicamente, destinar un monto desde el principio para la publicidad paga en redes sociales del proyecto, resultará vital para el crecimiento, desarrollo y lucratividad del podcast.
3. En proyectos como este donde se trata de realizar un programa de tendencias es muy importante realizar un cronograma muy bien estructurado donde todas las partes involucradas confirmen y asistan a dichas pautas. Recomendamos realizar proyectos similares con personas cuya comunicación sea continua y tengas estilos de vida y horarios similares por la dificultad de

coincidir y grabar, tomando en cuenta que no se podría posponer la fecha de publicación del podcast pues parte del proyecto gira en torno al factor “tendencia”.

4. Resulta de suma importancia hablar sobre el dinamismo que puede aportar tener más de un plano a la hora de grabar. Las dos visiones de imagen otorgan un dinamismo y benefician el podcast, generando un toque extra de profesionalidad. En este sentido, recomendamos tomar en cuenta que usar dos cámaras puede aportar en gran medida a la forma en la que sea visto el podcast, permitiendo tener una imagen más trabajada y dinámica.

5. Para proyectos de medios recomendamos hay que tener clara una identidad gráfica, de forma que se pueda identificar tu proyecto en cualquier plataforma que se encuentre. Además recomendamos que la misma sea llamativa y entretenida, ya que en las redes sociales muchas personas se guían por la primera impresión que ofrece la marca.

6. Recomendamos que para proyectos como este se tenga una clara división de responsabilidades para la ejecución efectiva del podcast. También recalcamos la importancia de que cada miembro del equipo esté al tanto de cada decisión y opine al respecto de forma que exista una cohesión entre las distintas áreas del programa.

7. A la Universidad Monteávila le recomendamos ampliar sus cátedras al área de radio/podcast. El conocimiento básico de radio muchas veces no es suficiente para ejecutar proyectos de este tipo por lo que es necesario formar también en el área técnica y administrativa de un programa rentable. Recomendamos también que exista un mayor acompañamiento a los proyectos finales de carrera, muchas veces no solo basta con la asistencia de un tutor si no que es necesario charlas o talleres que busquen solventar las dudas de cada una de las áreas.

Referencias

Acumbamail SL (2022) Buyer Persona - ¿Qué es un Buyer Persona?

<https://acumbamail.com/glosario/buyer-persona/>

Aller Ángel (13 febrero, 2022) Conoce el micrófono con alimentación phantom y sus peculiaridades. Profesional Review. <https://www.profesionalreview.com/2022/02/13/microfono-phantom-que-es/>

Audacity Página Oficial <https://www.audacityteam.org/about/>

Backman, M. K. (2020). B2B content marketing–How to design and co-create a podcast series.https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/346075/Backman_Mia.pdf?sequence=2&isAllowed=y)

Baya, R. (2006). ¿El iPod matará a la estrella de la radio? Perfilando el podcasting como radio . *The International Journal of Research into New Media Technologies* , 12(2): 143 – 162

Bouvard, P. (2021) The Westwood One 2021 Audioscape: Who Are Podcast Listeners? <https://westwoodone.com/blog/2021/08/30/the-westwood-one-2021-audioscape-who-are-podcast-listeners/#:~:text=Podcast%20listeners%20are%20upscale%20and,audience%20advertisers%20>

[want%20to%20reach.](#)

Chacín Baquero y Fermín Facendo (2020), Diseño de medios audiovisuales para la creación de un piloto de un podcast que promueva el cine independiente norteamericano, Proyecto Final de Carrera, Universidad Monteávila

Cridland, James (2021) The history of the word 'Podcast'. Podnews
<https://podnews.net/article/history-of-word-podcast>

Click Minded, (2022) 10 High-Converting YouTube Description Templates For More Views
<https://www.clickminded.com/templates/seo/youtube-description-template/#:~:text=A%20YouTube%20video%20description%20is,become%20your%20subscribers%20and%20customers.>

Corey Ferreira. (2020) How to Start a Successful Podcast —For Under \$100—. Shopify
<https://www.shopify.com/blog/34911301-how-to-start-a-podcast-the-ultimate-step-by-step-podcasting-guide>

Editorial Ecoprensa, S.A. (2021) SEO (Search Engine Optimization), Definición de SEO. El Economista
<https://www.economista.es/diccionario-de-economia/seo-search-engine-optimization>

Eriko Mafra. (2020) Engagement: guía completa del concepto y por qué es clave en tu Marketing.

Rockcontent.

<https://rockcontent.com/es/blog/que-es-engagement/#:~:text=Engagement%20es%20un%20t%C3%A9rmino%20original,comunicacion%20que%20producen%20entre%20s%C3%AD>

Ethan Cramer-Flood (2021) Global Podcast Listener Forecast 2021–2025

<https://www.emarketer.com/content/global-podcast-listener-forecast-2021-2025>

Euronova. Business School. (s.f.) ¿Te Interesa saber lo qué es público meta?

<https://www.euroinnovaformacion.com.ve/blog/que-es-publico-meta>

Flores. A (2021) ¿Qué es la producción audiovisual? Descubre cómo se realizan tus películas

favoritas. Crehana: <https://www.crehana.com/blog/video/que-es-produccion-audiovisual/>

GarageBand Página Oficial <https://www.apple.com/la/mac/garageband/>

Gutiérrez Porlán y Rodríguez Cifuentes, (2010) Haciendo historia del podcast: referencias sobre

su origen y evolución

https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/37469/1/capitulo2_historia_podcats.pdf

Harris y Park (2008), *Journal of Radio & Audio Media*
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376521003719391?scroll=top&needAccess=true#>

Iván Tenorio. (2008) Podcast: Manual del Podcaster, pp.
https://books.google.es/books?hl=es&lr=lang_es&id=g-7R7__Dmq4C&oi=fnd&pg=PP9&dq=podcast+manual&ots=4QkdGSDJ-3&sig=YiuhZqQYTU4uv6E5Cw7i6AKAbI#v=onepage&q=podcast%20manual&f=false

Janire Carazo Alcalde, (18 de junio, 2019) Networking. Economipedia.com
<https://economipedia.com/definiciones/networking.html>

José, M., & Federico, F. (2013). Manual del productor audiovisual. Google Books.
<https://books.google.co.ve/books?id=knTBAGAAQBAJ&printsec=frontcover#v=twopage&q&f=false>.

Julián Pérez Porto y María Merino. Publicado: 2010. Actualizado: 2022. Definicion.de: Definición de YouTube (<https://definicion.de/youtube/>)

Kotler P. (2001) Dirección de Mercadotecnia. , 8a. Ed. Pearson Educación
<https://anafuenmayorsite.files.wordpress.com/2017/08/libro-kotler.pdf>

McClung, S., & Johnson, K. (2010). Examining the motives of podcast users. Journal of Radio & Audio Media, 17(1), 82-95.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19376521003719391?scroll=top&needAccess=true>

Lara, T., & Piñeiro, A. N. D. R. É. S. (2008). Producción audiovisual.
http://www.airecomunicacion.org/sites/all/files/imce/PUBLICACIONES/ProduccionAudiovisual_AndresTiscar.pdf

Listen Notes (2022) Podcast Stats: How many podcasts are there?
<https://www.listennotes.com/podcast-stats/#:~:text=Podcast%20industry%20data%20through%20the,135%2C728%2C586%20episodes%20in%20the%20world.>

Ortega Barba, C. F. (2010). El Podcast Como Material Didáctico: Proceso De Producción. Rpp, (16). <https://doi.org/10.21555/rpp.v0i16.1771>

Peralta Hidalgo, G. P. (2020). Plataformas digitales y su importancia de la edición de video para sus contenidos (Bachelor's thesis, BABAHOYO: UTB, 2020).

<http://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/8857/E-UTB-FCJSE-CSOCIAL-000349.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Podcaster@as (2021) Reporte de Encuesta Pod 2021

https://drive.google.com/file/d/1_z8ZHOeORAO8lpSHuWK5QXmM3r3Ihsl1/view

¿Qué es la identidad visual de una marca? Los 6 elementos claves que la conforman

<https://oinkmygod.com/blog/identidad-visual-marca/>

Redacción. (2021). Definición de Material P.O.P.. <https://conceptodefinicion.de/material-p-o-p/>.

Rodríguez. H (2021) Crehana. Descubre cómo hacer un podcast en YouTube

<https://www.crehana.com/ar/blog/video/como-hacer-podcast-en-youtube/>

Soporte Spotify. Página oficial <https://support.spotifyforpodcasters.com/hc/es->

[mx/articles/360043487932--C%C3%B3mo-agregar-tu-podcast-a-Spotify-](https://support.spotifyforpodcasters.com/hc/es-mx/articles/360043487932--C%C3%B3mo-agregar-tu-podcast-a-Spotify-)

Soto, J. A. (2013). Estandarización de organigramas y modelamiento del proceso de producción audiovisual: una propuesta basada en la toma de decisiones. *Cuadernos. info*, (33),121-131.https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2013000200011&script=sci_arttext&tlng=p

Tráiler. En: Significados.com. Disponible en: <https://www.significados.com/trailer/>

Vaccaro. M (2021) Un análisis de los resultados de la EncuestaPod 2021 ¿Cómo escuchan podcast las audiencias de habla hispana? <https://podcasteros.com/analisis-encuesta-pod-2021/>

Webmaster (2011) Provideo.com Sennheiser MK 4 <https://provideo.co.cr/mk4-new-large-diaphragm-cardioid-true-condenser-microphone/>

Will Welch (2020) Inside Kanye West's Vision for the Future. GQ <https://www.gq.com/story/inside-kanye-west-vision-for-the-future-cover-may-2020>

Anexos

Presupuesto estipulado

DESCRIPCIÓN	COSTO (\$)
Alquiler de estudio	30\$ diarios (3 días de grabación) 90\$
Alquiler de luces	20\$ diarios (3 días de grabación) 60\$
Utilería de decoración	70\$
Publicidad de Instagram	100\$
TOTAL	320\$

Estudio inicial





RADIO UMA



Manual Corporativo “Del 1 al 10”



ÁREA DE RESERVA



PALETA DE COLORES

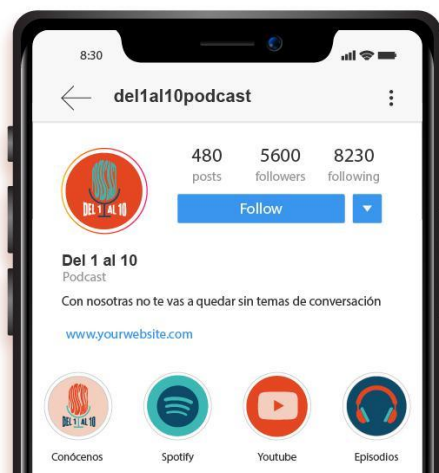


VERSIONES DE LOGO

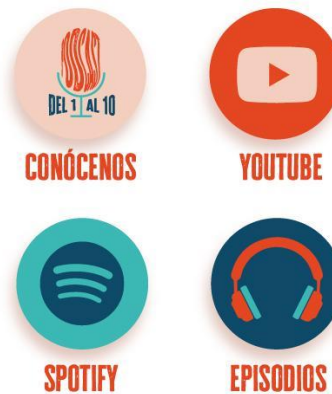


Instagram







RRSS: INSTAGRAM














HIGHLIGHTS



Cronograma de publicaciones Instagram

MAYO							
FECHAS	L	M	M	J	V	S	D
16 - 22							CLIP
COPY	<p>Imagínate que tienes que enumerar tu semana del 1 al 10, ¿es posible?</p> <p>Justifique su respuesta</p> <p>¡Los leemos!</p>	<p>Somos del 1 al 10 y nosotras nos damos un D I E Z, y tú?</p> <p>¿Estás preparado para entrar en el mejor ranking de Caracas?</p>	<p>¡NECESITAMOS UN ICEBREAKER! Y ustedes no pueden ayudar</p> <p>Si tuvieras que elegir un solo tema para romper el hielo en una reunión, ¿cuál elegirías?</p> <p>NOTA: quien deje la mejor idea se viene con nosotras a grabar algo súper</p>	<p>¡Habladora, inteligente y divertida!</p> <p>BFF: Google</p> <p>Infaltable: Una alarma para que no se quede dormida</p> <p>Descripción: “Más vale perder un examen en la vida que la vida en un examen”</p> <p>NOTA: Probablemente llegue tarde al primer cap, PERO LLEGA Y SE LA COME</p>	<p>Iri, de acuerdo al cronograma este post se está publicando a tiempo</p> <p>Habilidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diseño -Ilustraciones -Crossfit -Regaños -Fotografía <p>¡La más organizada, cuchi y buena (demasiado) del grupo!</p> <p>Prometemos que la van a amar y si</p>	<p>Si se trata de farándula, ella lo sabe</p> <p>Spirit animal: un pajarito, se despierta cuando sale el sol y se duerme cuando se oculta</p> <p>Talento: conseguir todos los descuentos existentes</p> <p>Habla hasta por lo codos pero OJO todo muy en serio</p> <p>Diríamos que es la mamá del grupo,</p>	<p>Lamentablemente todos hemos caído alguna vez en el multiverso de estafadores, pero no pasa nada...</p> <p>Aquí les dejamos un adelanto de nuestro piloto.</p> <p>Stay tuned</p>


					no... prepararse porque Karlita y Ana so son las defensoras número 1	pero no se crean... Tiene su lado loco	
23 - 29					CLIP		
COPY	<p>¡SORPRESA! Del 1 al 10 ya está aquí y no hay vuelta atrás.</p> <p>Dale click al link de nuestra bio y déjanos en los comentarios cuánto le das a nuestro capítulo piloto del 1 al 10</p>	<p>Esa costumbre de clasificar del 1 al 10 lo que nos rodea.</p> <p>- ¿Del 1 al 10 cuánto le das a este outfit?</p> <p>- ¿Del 1 al 10 cuánto le das a este chamó?</p> <p>- ¿Del al 10 qué tal estuvo esa rumba?</p> <p>¿No habían considerado la cantidad de veces que dicen DEL 1 AL 10 verdad?</p>	<p>Friendly reminder del día</p> <p>Si estás en esa etapa en la que todavía no sabes qué hacer después de graduarte y sientes un poco de frustración.</p> <p>¿No te preocupes! Sea lo que sea que decidas, estará bien.</p> <p>En nuestro próximo episodio hablaremos</p>	<p>Estamos en la época del año donde muchos nos estamos graduando...</p> <p>En este episodio vas a poder conocer distintas perspectivas y queremos que sepas que la incertidumbre no tiene nada de malo.</p> <p>Esperamos que disfrutes este episodio.</p> <p>Nos vemos</p>	<p>¡Aquí les dejamos un fragmento de nuestro Capítulo 1.</p> <p>Si no lo has visto te invitamos a que lo hagas ya mismo</p> <p>El link lo encontrarás en nuestra biografía.</p>	<p>Este 2022 ha estado lleno de conciertos en Caracas.</p> <p>Han venido muchos artistas reconocidos y posiblemente vengan más.</p> <p>Déjanos en los comentarios qué otros artistas quisieras que vinieran.</p>	<p>Clasificamos del 1 al 10 la llegada de los conciertos.</p> <p>Sabemos que la situación en Venezuela no está perfecta... pero que emoción la llegada de los conciertos.</p> <p>¿Qué artistas pagarías para verlos sin pensarlo?</p> <p>En nuestra biografía encontrarás el link para ver el episodio.</p>

			un poco sobre este tema ¡Así que sigan atentos!	en el próximo.			
JUNIO							
30 - 5		CLIP					CLIP
COPY	<p>Luego de ver nuestros episodios ya pueden decir que nos conocen así sea un poquito.</p> <p>Déjennos en los comentarios quién creen que es la voz de la razón entre Iri, Karla y Ana So.</p> <p>Los leemos.</p>	<p>Aquí les dejamos un fragmento de nuestro capítulo 3.</p> <p>¡En unos minutos estará disponible en Spotify y Youtube así que sigan atentos!</p>	<p>Hay artistas que pasan los años y los seguiremos recordando siempre.</p> <p>En el capítulo de hoy clasificamos del 1 al 10 esos artistas que nos dejaron una marca en nuestros corazones.</p> <p>Como mujeres en sus 20... ¿Qué artistas creen que diremos?</p> <p>Comenta abajo qué</p>	<p>Luego de ver el capítulo de hoy de seguro podrías decir qué cantante ha influido más en tí.</p> <p>¡Déjalo en los comentarios!</p> <p>Y si todavía no has visto el capítulo de hoy... ¿Qué estás esperando?</p> <p>GO, GO, GO.</p>	<p>A veces nos dejamos llevar un poco por el nombre de una marca más allá de la calidad del propio producto.</p> <p>Y nos olvidamos que pueden existir otras marcas un poco más económicas y ¡Hasta de mejor calidad!</p> <p>¿Tú qué prefieres?</p> <p>Marca VS Calidad</p>	<p>Hay estrategias de marketing que son totalmente fuera de lo común.</p> <p>En este capítulo clasificaremos del 1 al 10 estas estrategias loquísimas, como los zapatos destrozados de Balenciaga.</p> <p>¿Cuál es la estrategia más loca que has visto?</p>	<p>Esto es un fragmento del episodio de hoy llamado: Moda y Marketing.</p> <p>Si no lo has visto... ¡Te invitamos a hacerlo!</p> <p>El link lo podrás encontrar en nuestra biografía.</p>

			artistas te marcó.				
6 - 8							
COPY	<p>Amamos pasar horas hablando sobre cualquier tema.</p> <p>Y se nos hace inevitable rankear Del 1 al 10 qué tan bueno o malo estuvo el chisme.</p> <p>¿Nacimos con ese talento!</p> <p>¿Cuál es el tuyo?</p>	<p>Un tema muy popular: ¿Venezuela se arregló?</p> <p>- Bodegones - Vida nocturna - Entretenimiento</p> <p>¿Qué significa todo eso?</p> <p>Aquí te compartimos nuestra perspectiva ¿Tú qué opinas?</p>	<p>¿Conciertos?</p> <p>¿Restaurantes?</p> <p>¿Nuevos lugares?</p> <p>¿Qué significa todo eso?</p> <p>Mejoras VS Arreglo</p> <p>Sincerémonos: ¿En Venezuela qué se arregló?</p>				

FEED de Instagram

del1al10podcast 9+ + ☰




24 Posts 156 Followers 68 Following

Del 1 al 10
Podcast
Ese día que dijiste con tus amigas: ¡Deberíamos hacer un podcast!
👉 Bueno, nosotras lo hicimos 🤪👉
www.youtube.com/channel/UCV5t2p__5jQztZ3uhhtOMJA
See Translation

Edit Profile Ad tools Insights

Episodios Spotify Youtube Conócenos... New



Home Search Post Shop Profile

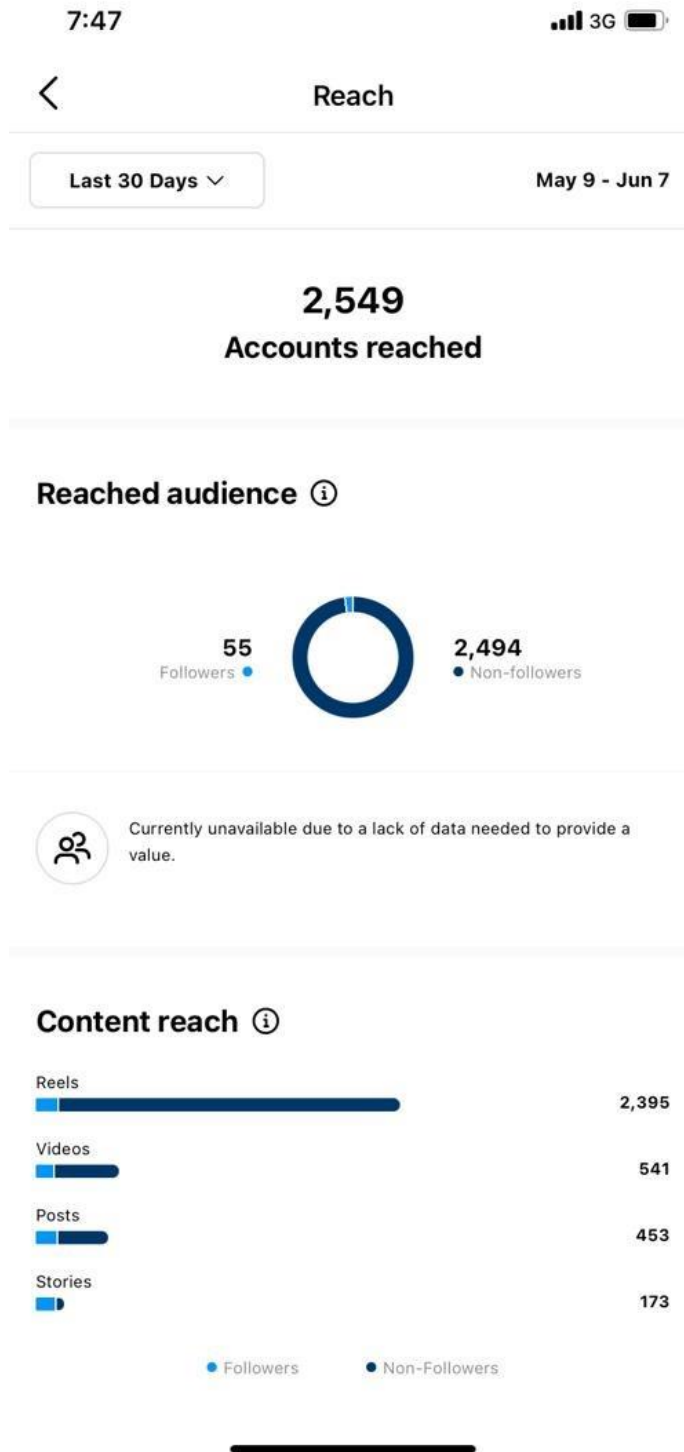
del1al10podcast 9+ + ☰

Grid view icons: ☰ 📅 ▶ 👤

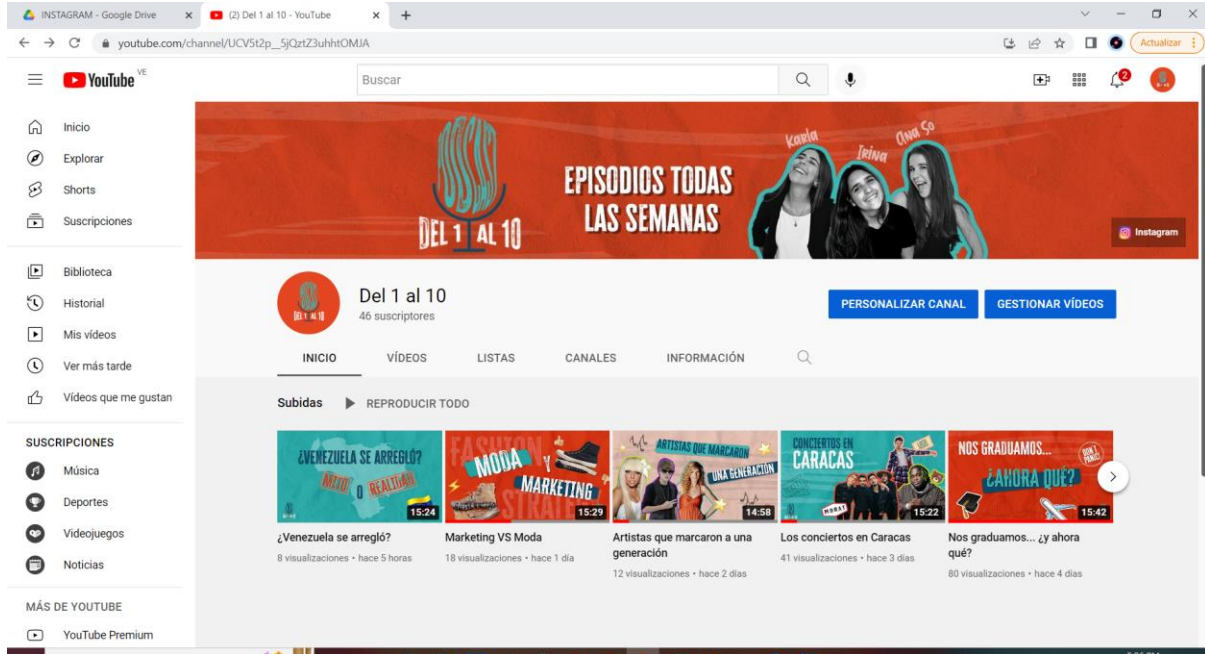


Home Search Post Shop Profile

Estadísticas de Instagram



Canal de YouTube



https://www.youtube.com/channel/UCV5t2p_5jQztZ3uhhtOMJA

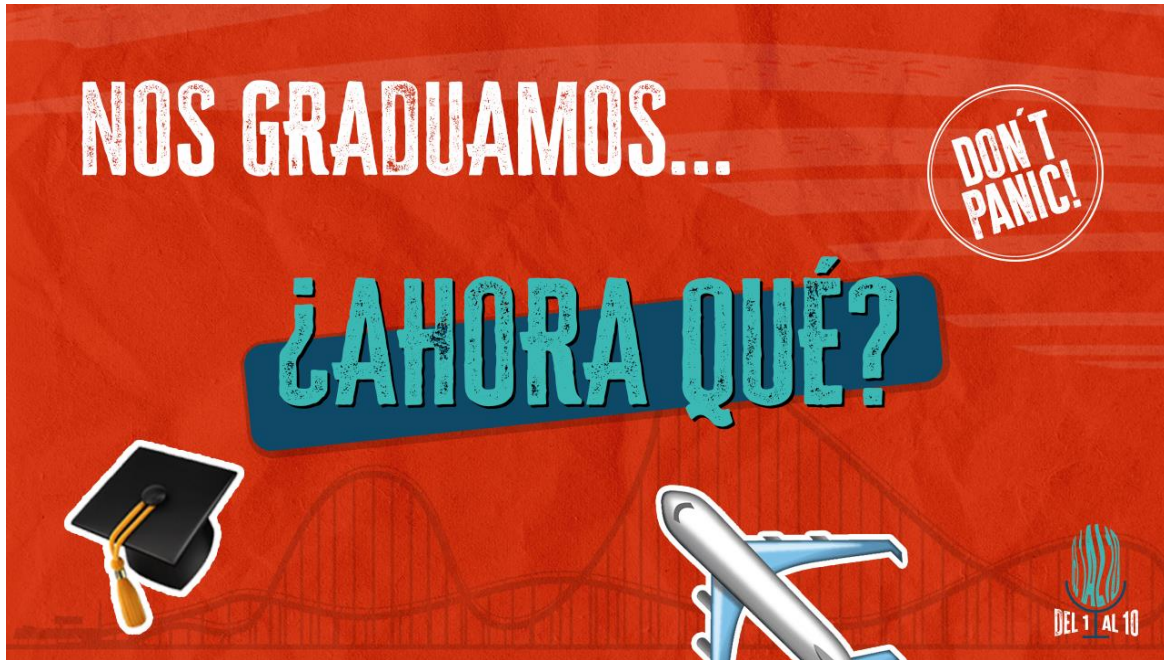
Miniaturas para YouTube

PILOTO - Estafadores



<https://youtu.be/hM2mXzbdII>

Episodio 1 - Nos graduamos ¿Ahora qué?



<https://youtu.be/hIhXPKAQH5g>

Episodio 2 - Conciertos en Caracas



<https://youtu.be/u8sqSyyAj7c>

Episodio 3 - Artistas que marcaron una generación



https://youtu.be/iXOA3dp5_a8

Episodio 4 - Moda y Marketing



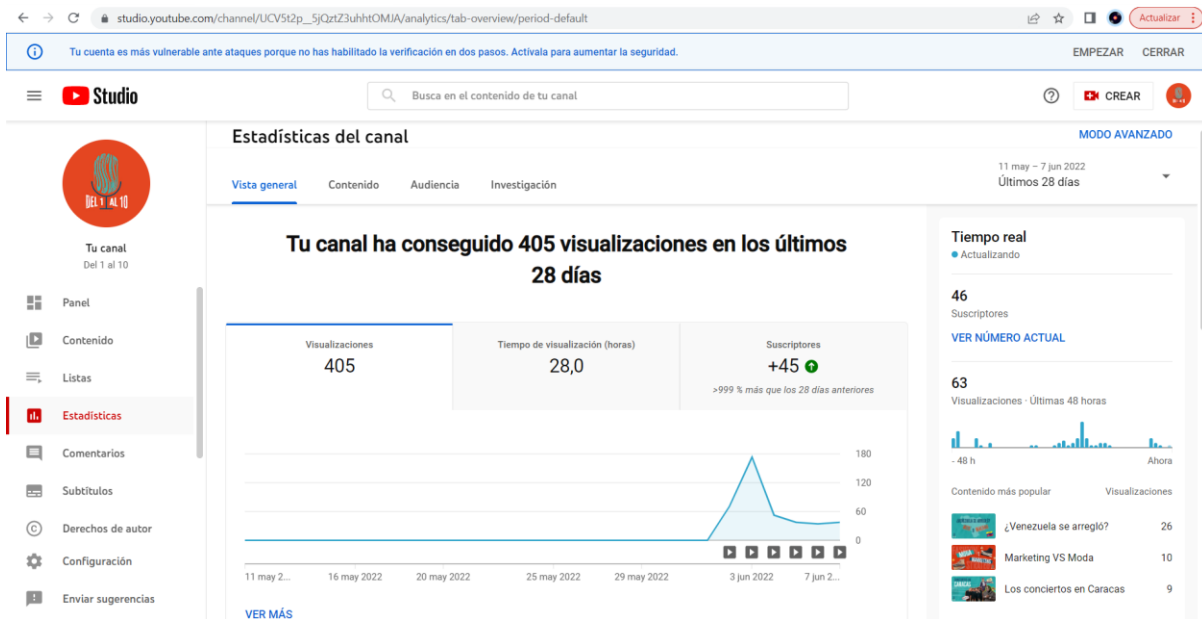
<https://youtu.be/Q3sMuyVpV5I>

Episodio 5 - ¿Venezuela se arregló?



<https://youtu.be/P3Mpr1vw5uA>

Estadísticas de YouTube



Canal de Spotify

<https://open.spotify.com/show/6JwYoBkG6FwMsF9Fdbj2WB?si=EEynPJt5TJW0Mtr7j>

[dgcKg](#)

The screenshot shows the Spotify interface for a podcast. At the top, the time is 11:43 and there are icons for WhatsApp, signal strength, Wi-Fi, and battery. Below the navigation bar, there's a back arrow and a profile picture of the host 'dgcKg'. The main header features a red and black image of three women with the text 'DEL 1 AL 10' and 'Del 1 al 10'. Below this, there are icons for 'Following', notifications, settings, and a menu. A description reads: '3 amigas, infinidad de temas para hablar y un solo ranking del 1 al 10. Sabemos que es imposible reunirte con tus amigas y no calificar ... see more'. There are buttons for 'No rating ☆' and 'Stories'. The 'All Episodes' section is visible with a 'Sort' button. The first episode is 'NOS GRADUAMOS... ¿y ahora qué?' with a description: 'Karla, Iri y Ana So cuentan cuales son sus miedos, expectativas y sueños luego de graduarse de la universidad. ¿Están listas para enfrentar el mundo real? ¿Todo es co...'. A progress bar shows 'Today • Played' with a green checkmark. At the bottom, there are icons for Home, Search, and Your Library. A playback bar at the very bottom shows the current episode 'NOS GRADUAMOS... ¿y ahora qué?' from 'DEL 1 AL 10' with a play button.