



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

**MÁS ALLÁ DEL PERIODISMO:
CREACIÓN DE UN PODCAST PARA ENTREVISTAR A LOS
REPRESENTANTES DEL PERIODISMO EN VENEZUELA**

Autor:
Vásquez Torrealba, Keidymar Carolina

Tutor: Lic. Roberto Ruiz

Caracas, Junio 2022

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por permitirme llegar hasta aquí.

A mis abuelos César Luque y Teofilo Torrealba, por creer en mí desde el cielo.

A mis abuelas María Vásquez y Elvira Rodríguez, por acompañarme y guiarme en los momentos personales y profesionales.

A mi mamá, mi papá, mi hermano por confiar en este proyecto.

A Buddy Guillermo, por llenarme de amor.

A mis tías y tíos, en especial a mi tía Amanda Vásquez y a todos mis familiares por su apoyo.

A la familia Chaparro por llevarme a conocer la Universidad.

A la familia Vittar Hernández, en especial a la señorita María Elizabett.

A la Universidad Monteávila y a sus profesores que comparten las enseñanzas y los conocimientos para la realización de este Proyecto Final de Carrera. Además de prestarnos sus espacios (Radio UMA) para la grabación del podcast.

Al profesor tutor Roberto Ruíz Tovar por guiarme y aconsejarme durante el proceso de este proyecto. A Naudi García por dedicar parte de su tiempo.

Por último, quiero agradecer a mis amigos cercanos Kirlions González por su cariño y su linda compañía,

Wannina, Ivan, Oriana y Scarlett , quienes me brindaron su apoyo durante estos cuatro años de carrera.

ÍNDICE

CAPITULO I: RESUMEN	1
CAPÍTULO II: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	2
2.1 Introducción	2
2.2 Planteamiento del problema	4
2.2.1 Objetivo General	6
2.2.2 Objetivos Específicos.....	6
2.3 Motivación	6
2.4 Justificación	7
CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO	9
3.1 Antecedentes.....	9
Diseño de Medios: Podcast Digital con contenido Audiovisual enfocado en el fútbol europeo.....	9
Creación de una Serie de Podcasts para la Sección Multimedia del Diario El Universal	10
Los Podcasts como tendencia radiofónica y herramienta periodística: Difusión y consumo de Ecuador	10
3.2 Base teórica.....	10
3.2.1 El Podcast	11
3.3 Estructura de un Podcast.....	12
3.3.1 La Radio.....	13
3.3.2 La Radio y el podcast	14

3.3.3 Diferencias entre el podcast y la radio	16
3.4.1 YouTube como herramienta	18
3.4.2 Anchor como herramienta comunicacional	19
3.4.3 El Periodismo	19
3.4.4 El Periodismo en Venezuela	20
Capitulo IV: Estrategia Comunicacional.....	23
4.1 Fase de Pre- Producción	23
4.2 Fase de Producción:	24
4.3 Fase de Post Producción	24
4.4 Fase de Análisis y Planificación	25
4.5 Identidad Gráfica.....	26
Capitulo V: Propuesta.....	30
5.1 Cronograma de actividades y Plan de acción	31
5.2 Invitados	33
5.3 Guiones.....	33
5.4 Estrategia de publicación y promoción	42
Capítulo VI: Conclusión.....	42
Capítulo VII: Referencias	43

CAPITULO I: RESUMEN

Más allá del periodismo, es un podcast que busca transmitir historias, sucesos y anécdotas destacadas en los últimos cinco años en el periodismo venezolano.

La elaboración de este proyecto busca mostrar a la audiencia experiencias de periodistas, transmitiendo diferentes emociones en el área profesional con los límites, consecuencias y anécdotas que tiene el periodismo en Venezuela.

Este proyecto final de carrera además de brindar un espacio al periodista, pretende brindar herramientas a los futuros comunicadores del país, a través de las experiencias que han recorrido los entrevistados. Sin embargo, muchos de los entrevistados por medidas de seguridad quisieron mantener un límite en distintos temas. La realización del podcast tiene el propósito de compartir la realidad que existió en las calles y los medios de comunicación del país.

CAPÍTULO II: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Introducción

Este proyecto corresponde a la creación de un *podcast* de entrevistas de género periodístico que cuenta con cinco episodios incluyendo el piloto. Para su producción se entrevistará a diferentes periodistas que serán los protagonistas, aquellos que han tenido la oportunidad de cubrir y representar su profesión en sucesos impactantes de la historia venezolana en los últimos cinco años. Este *podcast* tiene como objetivo crear conciencia así como dejar en evidencia aquello que no fue público y resaltar la valoración del periodista en sus distintas etapas.

El periodismo de sucesos brinda información, conocimientos y debates acerca de los diferentes hechos que ocurren en una vista actual. Para Martínez de Sousa (1981: p.40). en sentido genérico es suceso todo lo que sucede, pero, en sentido periodístico, se entiende que es “[...]aquel que se desarrolla con desprecio de las leyes humanas, cuyo esclarecimiento corresponde a la policía o en el que intervienen los bomberos u otros cuerpos de asistencia social: asesinatos, incendios, robos, hundimientos, atracos, inundaciones, accidentes, etcétera”. El autor aclara que en general son noticias de interés humano, caracterizadas por no ser de contenido político, económico, cultural, y deportivo.

Por otro lado, el informe de Espacio Público (2018) Los sucesos en Venezuela desde el 2017 hasta el 2021 tienen diferentes episodios como las protestas antigubernamentales, robos, enfrentamiento entre bandas criminales, crisis económicas, crisis social y una pandemia mundial. Entre enero y diciembre de 2018, se registraron 387 casos y situaciones en los que se vulnera el derecho a la libertad de expresión. lo que representa un total de 608 denuncias de violaciones al derecho, esto lo confirma Espacio Público en su informe de 2018. El impedimento de cobertura en la calle, las detenciones arbitrarias, enfrentamientos que muchas veces escalaron a situaciones de agresión. Son problemas con los que viven a diario quienes ejercen esta profesión, especialmente quienes cubren

la fuente de sucesos en un país como Venezuela, pues conviven de cerca con la violencia.

Según un informe del 2018 de Espacio Público, confirma que los medios de comunicación y los periodistas han tenido que pasar por infinitas situaciones como confiscación o robo de equipos, ataques a sedes de medios de comunicación, sumando a 284 violaciones a la libertad de expresión. Sin embargo, también es importante resaltar que los periodistas de sucesos corren el riesgo al conseguir noticias y verdades, sin embargo siempre hay un límite para proteger a su equipo de grabación y corresponsales.

Por otro lado, los *podcasts* se han convertido en formatos de comunicación con bastante influencia positiva para los consumidores: entretienen, informan y se han mantenido en la evolución de los medios sociales. La información va más allá de una entrevista, es una evolución de la historia grabada y escuchada por muchas personas. Es relevante darles un espacio a las personas que cubren sucesos importantes para un país.

Por su parte Sanabria (1985:97) indica que “en el caso de los mensajes periodísticos audiovisuales, los códigos que integran el lenguaje propio de estos medios rebasan y desbordan el ámbito propio y específico del código lingüístico y literario”.

Venezuela, huir o morir es un podcast con Diana Calderón y Vicente Moros donde desarrollan diferentes temas relacionados con Venezuela en Pódium Podcast, el episodio seis se titula “*Ser Periodista en Venezuela*” con diferentes periodistas que cuentan sus anécdotas trabajando en el país, una de ellas Osmary Hernández y Elyangelica González mujeres que han dedicado gran parte de su vida a ser corresponsales y llevar las noticias a distintos hogares.

Alaejos y Merayo (2013:194) insisten en su estudio de 2013 en llamar podcast a la fragmentación de los programas emitidos en la radio convencional, no obstante, resulta significativo que también diferencian entre los programas emitidos solo en formato podcast y aquellos que son fruto de la segmentación de la programación.

2.2 Planteamiento del problema

El podcast es un formato amplio en los medios de comunicación, en los años 2005 y 2006 se desconocía de este gran medio audiovisual y radiofónico, en ese entonces la innovación tecnológica permite que las emisoras de radio pudieran publicar las grabaciones en internet, y los oyentes podrían descargarlos.

El uso de la palabra Podcast, fue inventada por el periodista del diario The Guardian Ben Hammersley, esto por IPod el lector portátil de Apple, empresa estadounidense.

Virginia Aguayo indicaba en 2015 que existían numerosas publicaciones en cuanto al usuario de internet como generador de contenidos, en concreto en podcast, y la mayoría de ellas eran estadounidenses. “Sin embargo, estudios sobre podcast no abundaban en la bibliografía científica, aunque sí se dispone de informaciones en prensa y artículos en blogs” (Aguayo, 2015, p.p 34)

El auge del Podcast fue en el año 2012, Apple incorporó a sus dispositivos telefónicos una aplicación de podcast originales que permitía que los radioyentes accedan a sus programas preferidos. Luego, dos años más tarde un equipo de radio independiente de Estados Unidos lanzó un programa llamado Serial, una línea de periodismo investigativo.

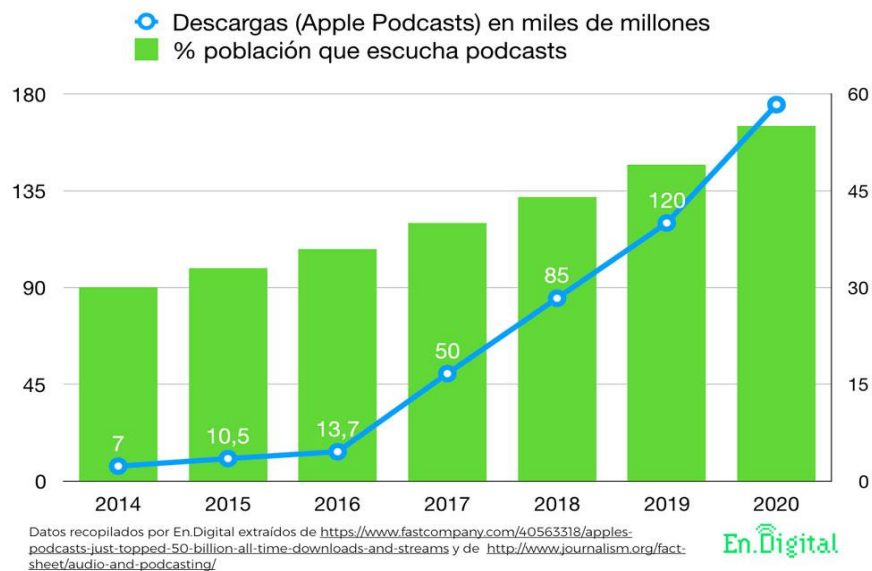
En Venezuela, se desconocía de toda esta tecnología en esos años, sin embargo fue un impacto importante, ya que su utilidad le da más fines recreativos e informativos.

En virtud de lo planteado, este proyecto busca introducir elementos estratégicos para el uso del podcast de la mejor manera, llevando información periodística con las experiencias que existen dentro de la profesión.

Según, el portal web de Podcast Product Hacker, un artículo escrito por José Carlos Cortizo, productor, técnico de marketing y CEO de la web stante experiencia en eCommerce, comenta que la estadística según datos de FastCompany, y centrándonos en las escuchas de los podcasts en la principal plataforma de podcasting (Apple Podcasts / iTunes), la evolución en cuanto a descargas/reproducciones de podcasts en los últimos años ha pasado de 7.000 millones en 2014 a 50.000 millones en 2018 (datos acumulados).

Por su parte, el porcentaje de la población (datos de Estados Unidos) que ha escuchado alguna vez un podcast ha crecido del 30% en 2014 al 44% en 2018 y sigue creciendo. Se puede percibir una evolución desde 2014 hasta día de hoy y previsión de crecimiento en la siguiente gráfica que hemos elaborado:

Gráfico 1



Fuente: <https://producthackers.com/es/blog/podcasting-mercado-despegando>

2.2.1 Objetivo General

Producir un programa en formato podcast sobre temas de periodismo en Venezuela basado en anécdotas y experiencias de profesionales de la comunicación. La finalidad es promover dentro de la audiencia el consumo de los temas a tratar en los episodios de *Más allá del Periodismo*.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Definir el formato del podcast
- Seleccionar los temas de los invitados
- Producir los episodios; Guión, grabación, edición
- Generar un método informativo y atractivo para captar la atención de los oyentes en las plataformas digitales como Anchor y YouTube.
- Desarrollar a través de los periodistas recomendaciones para futuros comunicadores sociales que quieran especializarse en el periodismo.

2.3 Motivación

La base del proyecto final de carrera es el interés del creador del mismo en el periodismo en Venezuela. Entrevistar a personas que comparten un interés y visión de la profesión, fue lo que marcó pauta al propósito de llevarlo a cualquier lugar del mundo donde exista el interés de conocer qué hay *Más allá del periodismo*.

Actualmente, en Venezuela existe un consumo pronunciado de web show y podcast. Algunos son grabados en el país y otros son de venezolanos en el exterior, tales como “En defensa propia por Erika de La Vega”, “Que se vayan todos por el profesor Briceño, Rey Vecchionacce”, “Venezuela, Huir o morir”, a pesar de tener influencia extranjera y nacional, este formato ha tenido bastante impacto en Latinoamérica y Venezuela.

La demanda de los podcast es muy amplia y extensa, diferentes áreas o temas han podido generar un impacto en sus audiencias. Sin embargo, un podcast

periodístico es un tema muy poco común actualmente en Venezuela, por eso, según lo planteado

2.4 Justificación

El Colegio Nacional de Periodistas (CNP) de Venezuela se encarga de cumplir y velar la Ley de Ejercicio del Periodismo en el país, así como el Código de Ética y los reglamentos del periodista venezolano. Este es un ente con el cual trabaja en conjunto para establecer y tratar todas las reivindicaciones sociales, goza de total autonomía, dotando de personalidades jurídicas y patrimonios propios.

En 2018 en el informe de Espacio Público, resaltó diferentes aspectos ligados a los periodistas del CNP y sus denuncias por las irregularidades que aumentaron, al menos 52 detenciones a funcionarios y empleados públicos. Mientras tanto la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (RELE O Relatoría Especial) de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) declara que el uso del derecho penal por algunos funcionarios públicos

“es una práctica abiertamente contraria a los principios y estándares en materia de libertad de expresión, en particular, cuando la criminalización es producto de la manipulación del poder punitivo del Estado por parte de actores estatales y no estatales con el objetivo de controlar, castigar o impedir el ejercicio del derecho a la libertad de expresión” párr 1259

En Venezuela ocurren diferentes hallazgos periodísticos todos los días. La importancia de este proyecto es mostrar la realidad y las emociones que se esconden en la voz y la subjetividad de cada profesional en los lugares de trabajo. Los ciudadanos tienen muchísimas herencias históricas en sucesos y acciones políticas, culturales, económicas y sociales.

En el periodismo existen historias más allá de una noticia, sin embargo, no son contadas por los corresponsales por miedo o por otros motivos. Por eso, es

importante resaltar la labor del periodista en todos los acontecimientos más destacados del país. Exponer la visión y todo lo que ocurre dentro y fuera de un periodista se convierte en una ventana de transparencia para los ciudadanos, estudiantes y futuros colegas, un podcast que pueda dar a conocer todas esas historias merece ser reconocido por la importancia de transmitir la verdad y las emociones de los periodistas.

CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO

3.1 Antecedentes

Bernal (2010: pág.112) sostiene que los antecedentes, a lo que él denomina “estado del arte”, tiene como propósito “mostrar el estado actual del conocimiento en un determinado campo (...), tales estudios muestran el conocimiento relevante y actualizado, las tendencias, los núcleos problemáticos, los vacíos, los principales enfoques o escuelas (...) y los avances sobre un tema determinado” (p.112).

Para este proyecto final de carrera se tomaron diversos trabajos de grado de la Universidad Monteávila, autores y plataformas que parecen útiles a la hora de la elaboración y edición del podcast. También servirá de apoyo teórico y práctico a estudiantes de la universidad para proyectos futuros.

Entre los trabajos tomados como referencia se encuentran:

Diseño de Medios: Podcast Digital con contenido Audiovisual enfocado en el fútbol europeo

Por Zavala, Clemente, Pichardo, Yousef (2019) Presentado como proyecto final de carrera, para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Monteávila

Este proyecto se basa en crear un podcast sobre el periodismo deportivo, de interés para futuros periodistas o estudiantes de la universidad, basándose en compartir herramientas y conocimientos del fútbol europeo.

Los aspectos a tomar en cuenta de dicho antecedente, es la estructura de su podcast.

Creación de una Serie de Podcasts para la Sección Multimedia del Diario El Universal

Por Beatriz Cruz Salazar (2012) Presentando como proyecto final de carrera, para optar al título de Licenciado en Comunicación Social en la Universidad Monteávila.

Este proyecto resalta la importancia del periodismo digital y el perfil de los periodistas. Para desarrollar desde el punto de vista de los periodistas, la generación de podcasts que no pretende ser una carga adicional de trabajo, sino una nueva manera de entregar la información.

Los aspectos a tomar en cuenta de dicho antecedente, es la capacidad de crear los guiones para que los periodistas también puedan tomarlo de ejemplo y realizar sus podcast de cualquier tema de interés.

Los Podcasts como tendencia radiofónica y herramienta periodística: Difusión y consumo de Ecuador

Por Lorena Serrano Tamayo (2016) se basa en rescatar la importancia y conocimiento sobre el podcast, los objetivos, definición, tipos, ventajas y desventajas para la difusión de información.

Los aspectos a tomar en cuenta de dicho antecedente, es la amplitud al tomar al podcast como herramienta de comunicación a través del periodismo y bases teóricas en el proyecto.

3.2 Base teórica

Debido a los avances tecnológicos de los dispositivos móviles, las computadoras, los aparatos electrónicos y las nuevas innovaciones en el mundo digital han sido de gran utilidad para la estructura, estrategia y realización de este proyecto final de carrera.

El basamento teórico del proyecto final de carrera, se enfocará en definir el podcast no solo como base teórica, sino sus características, objetivos, importancia y sus avances en el medio actual.

También se tendrá en cuenta como objeto de estudio la utilidad, influencia de la radio e importancia del podcast periodístico como fenómeno de las plataformas en internet.

3.2.1 El Podcast

El contenido del podcast es variado, pero normalmente incluye conversaciones entre distintas personas y música. Existen podcast sobre multitud de temas aunque su uso en contextos de enseñanza aún no está muy extendido, a pesar del desarrollo reciente de algunos proyectos acerca de cómo implementar el uso de esta herramienta con fines educativos. Estas experiencias en contextos de enseñanza ponen de manifiesto que los podcast han aportado flexibilidad al permitir el acceso a la información sonora desde cualquier dispositivo, fijo y móvil, pero desde el punto de vista pedagógico, los podcast han revolucionado el panorama educativo al promover la edición libre y horizontal de la información, según Beatriz Salazar (2010 pp.125 - 139).

El estudio realizado por Murtha demuestra que, en Estados Unidos, la empresa WNYC tiene 6 podcasts entre los 100 más escuchados y dos de ellos son parte del Top 10. Esto indica que esta estación de radio pública goza de una estabilidad económica que le permite experimentar a través de los podcasts e invertir, sin embargo, no todas las radios lo pueden hacer, pero los podcasts son la salida ante la decadencia de la radio. (Murtha, 2016, p 22)

El podcast va más allá de un audio descargable. Se requiere saber contar historias de una manera interesante que atraiga a la gente, saber producir y editar audio de manera impecable para ofrecer al cliente un producto de alta calidad. En otras maneras un storytelling de calidad. (Wang, 2016, pág. 19-20).

El consumo de contenidos de audio tuvo especial fuerza en 2020, durante el confinamiento por la crisis mundial por el coronavirus. Las escuchas globales de podcast crecieron 42% en los primeros meses de la pandemia, según un estudio de la compañía especializada en podcasting Voxnest. En España, 38% de los oyentes de podcast se hicieron aficionados al formato durante el confinamiento, de acuerdo con una encuesta dada a conocer por Spotify.

3.3 Estructura de un Podcast

Si bien varios de los tipos de podcast suenan como conversaciones naturales y fluidas, la realidad es otra. La mayoría sigue la estructura de un podcast, la cual les ayuda a sonar tan presentables como lo hacen. Este proyecto final de carrera es una metodología audiovisual.

Un estudio realizado en un portal web por Isaac Baltanás en el 2017, especialista en podcast y spoken-word production. Define las estructuras que son esenciales para la elaboración de un podcast.

Careta de entrada

Es lo primero que se oye en un podcast. Se caracteriza por la brevedad, puede ser en un video o con la voz de los participantes del podcast. Nuestra narrativa emergente es la herramienta de atracción para la audiencia *“Un podcast donde se percibe la verdadera historia de un periodista en Venezuela, anécdotas, experiencias y la visión de la actualidad periodística”*

Introducción

La introducción es la bienvenida y presentación donde se comenta brevemente aquello que se escuchará en el podcast. Es una parte importante porque es en este momento cuando se engancha el escuchante.

Desarrollo

Las estructuras y las partes de un podcast duran minutos, es recomendable que tenga secciones que organicen la información en temas. Esto ayuda al escuchante a orientarse y a los miembros del programa a tener organización en los temas. El sonido no se visualiza y el escuchante necesita una estructura clara y transparente para saber en qué parte está.

Pausa o intermedio

El Podcast aprovecha la pausa o el intermedio para poner publicidad, sin embargo se puede aprovechar para mencionar a colaboradores o incluso patrocinantes de los entrevistados, también se puede realizar indicaciones para mantener al tanto a los escuchante sobre el intermedio o la pausa que se hará.

Recapitulación

Se encargan de hablar de todo lo que se ha aportado y ofrecido a la audiencia en todos los episodios, sirve con antecedentes para los próximos capítulos. Se puede exhibir la capacidad de producción.

Despedida y cierre

Se despide el programa, agradeciendo y comentando futuros temas que se presentarán en otros capítulos para mantener la expectativa de muchos espectadores.

3.3.1 La Radio

Se busca algunas características de la radio como medio y el programa de radio como formato para luego establecer diferencias y semejanzas con el podcast.

La radio es un medio de comunicación masivo que permite una interacción entre los encargados de la transmisión y la sociedad, de manera que se puede lograr una dinámica informativa entre los radioescucha, se requiere de una

planificación para que se logre una radiodifusión; ésta se define como un conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos. (Romo Gil, 1987)

Según Dennis McQuail (profesor de Comunicación de Masas de la Universidad de Amsterdam) Resume en siete las características de la radio y son los siguientes:

- a. Necesidad de una organización formal compleja.
- b. Dirigida a públicos amplios.
- c. Contenidos públicos, abiertos a todos.
- d. Públicos heterogéneos.
- e. Alcance simultáneo “a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos una de otras”.
- f. La relación entre emisor y público es impersonal-
- g. El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí. (Romo Gil, 1987: p.12).

3.3.2 La Radio y el podcast

Cabrián Herreros (2002:120) Uno de los primeros profesores españoles empeñados en cubrir la laguna teórica existente en los estudios de Periodismo sobre información audiovisual y sobre el tratamiento de la información en radio y televisión, cree que existen dos vertientes sobre la actualidad de la radio en el mundo;

Una que tiende a una concepción más amplia enmarcada en la llamada radio personalizada o programación por demanda, mientras que otra vertiente la observa con una concepción más restringida; la segunda opción pareciera mostrar que esta manera de consumir sonidos no es radio, sino otra cosa que aleja el sentido de masa dispersa que define la radio.

Tortello (2000), considera que la aparición de las funciones de Internet aplicadas en la radio no implica la muerte de este medio. Sin embargo, sí significa la aparición de nuevos formatos en la programación diaria de las estaciones. Estas no sólo tendrán que realizar programas musicales o de noticias para escucharse a una hora determinada, sino que estos programas podrán ser escuchados en cualquier momento cuando el usuario lo desee.

Para Tortello (2000) Las emisoras de radio que funcionan a través de Internet tendrán que ir dando respuesta a todas las solicitudes de nuevos usuarios que a medida que avanza el tiempo tal vez sean más exigentes en su calidad de la programación.

Para Tortello, el oyente puede interactuar de manera constante y directa en un espacio como los comentarios, llegando a sugerir contenidos y a acelerar la reseña de determinado hecho noticioso de interés, en la página web de las distintas emisoras radiales que tienen esta manera de interacción como un valor agregado, para mantener y consolidar su relación con ese público que quiere estar informado de lo que acontezca en su región y en el mundo.

Un ejemplo palpable es www.unionradio.net, donde el receptor-buscador es capaz de demandar más celeridad en la publicación de la información, y en la bajada del audio de la fuente requerida, si siente que no se ha hecho en el tiempo preciso para él, como lo confirmó Igor Laborén, editor y redactor del Circuito Unión Radio, en Caracas (Venezuela).

Los retos no sólo son para las estaciones de radio, también lo son para los usuarios quienes deben desarrollar nuevas habilidades y conocimientos para estar a la altura de sus pares. Tal vez dentro de poco tiempo en el mercado ya están a la venta y sean asequibles para el consumidor, portátiles con las funciones de un radio convencional, pero que a su vez y entre otras muchas posibilidades, tengan las opciones que brinda la WEB y permite sintonizar emisoras AM y FM digitalmente y escuchar programas como noticieros, musicales y radio-revistas

que fueron transmitidos a horas en las que no se pudo sintonizar a tiempo la estación. Prieto de Ramos (2007: p. 313)

La radio experimenta en la actualidad una de las transformaciones más cruciales e importantes que se han dado en su evolución, con repercusión directa en los hábitos de consumo por parte de su audiencia. Durante y Prieto (2004), plantean que el oyente radiofónico no es ya un ente pasivo, ciertamente con la inclusión de sistemas y programas tecnológicos digitalizados, el oyente redimensiona su papel y ahora interactúa de manera constante y directa en la producción de un espacio, llegando a sugerir contenidos variados (p.34).

3.3.3 Diferencias entre el podcast y la radio

Correyero y Baladrón (2007: p.51) indican que las ventajas de los podcast son la ubicuidad, el consumo flexible, la portabilidad, la fidelización de la audiencia, la libertad de emisión o de puesta a disposición y la información a la carta. Estas características son las principales razones por las que el podcasting se diferencia de otros formatos más convencionales de comunicación y por las cuales puede tener mayor éxito entre la población.

De acuerdo al estudio más reciente de CPI sobre la audiencia radial, el 90,1% de millenials en Lima —quienes representan a más de 3 000 000 de personas— escuchan la radio un promedio de 21 horas a la semana aproximadamente. A nivel nacional, este medio de comunicación alcanza al 91,2% de la población, por lo que se mantiene como el artefacto por excelencia para estar informados, escuchar música o sólo para distraerse.

Según Tito Lopez, Director Nacional de emisoras musicales de Caracol y RCN, Gerente General y Consultor de Radio, en su sitio web Radionotas hizo un análisis y estudio sobre las diferencias entre el podcast y la radio.

1. Los podcasts se buscan. La radio se encuentra.

La radio es excelente en entregar contenidos: puede hacer una transmisión deportiva, secuenciar música y generar noticieros con corresponsales en todo el mundo. Presione un botón y la radio lo hará todo.

Los podcasts, por otro lado, hay que buscarlos. Los usuarios deben encontrar algo que les guste y luego elegir cuál programa quieren descargar. La intención es muy diferente.

2. En la radio, el programa siempre está al aire.

En cambio, los podcasts comienzan siempre desde el principio.

No es normal que la gente escuche un programa de radio de principio a fin. El contenido simplemente fluye en tiempo real y siempre está «al aire». Es probable que un usuario se pierda gran parte del contenido del principio o del final de un programa.

En el podcast los usuarios escucharán todos los programas desde el principio. Lo cual, por supuesto, no es garantía de que el contenido los mantenga conectados. Tampoco es garantía de que los escuchen completos.

Sin embargo, el podcast permite la posibilidad de descargar los contenidos o episodios para escucharlos varias veces de acuerdo a la disponibilidad de tiempo del consumidor.

3. En la radio existen compromisos de horario. Los podcasts, por el contrario, están libres de restricciones de tiempo.

En la radio, el manejo del tiempo es crítico, ya sea que signifique ir a un corte comercial, salir en punto a un informativo, pasar a otro programa o cumplir con la parrilla de programación establecida.

Los podcasts no tienen una duración específica. Puede haber programas de 3 minutos o de 2 horas. Por esta razón, no habiendo restricciones de tiempo, una entrevista podría realizarse a un ritmo más lento.

4. La radio debe atraer a una amplia audiencia. Los podcasts pueden enfocarse en nichos.

La radio, aunque hace segmentación de audiencias, es un medio masivo de comunicación. El podcast, le habla a pequeños grupos de gente, a nichos específicos.

3.4.1 YouTube como herramienta

Por otra parte, al hablar de YouTube como red social, Boyd & Ellison la definen como “un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado; articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer listas de conexiones. (Boyd & Ellison, 2007).

Según Alexa, Traffic Ranks (ALEXA, 2015) YouTube.com ocupa el tercer lugar en el ranking global de tráfico, y cada usuario pasa al día en el sitio un tiempo de 18.12 minutos (DAVENPORT y BECK, 2001). El tiempo de visualización en esta plataforma ha aumentado un 60% en el último año, y desde 2014 ha ascendido un 40%. El número de usuarios que llegan a YouTube por su página principal, que es lo más parecido al acto de encender la TV, se ha triplicado en el último año. El 80% de las reproducciones de YouTube tienen lugar fuera de EEUU. Estas cifras van en aumento sobre todo desde el 2014.

Según cuenta Miller (2011: 31), un estudio de 2006 realizado por DoubleClick, muestra que la publicidad mediante vídeos online tiene un alto grado de interacción con la audiencia y los anuncios en formato de vídeo online son clicados el doble de veces que un anuncio tradicional de imágenes estáticas. Además, el director del estudio dijo: “Los vídeos de anuncios se están convirtiendo

rápidamente en la opción escogida para dirigir tanto el conocimiento de marca como las ventas. Los resultados demuestran que hay claras ventajas de rentabilidad de la inversión en la utilización de vídeos para anuncios...”.

Entonces, YouTube es conocida por ser una plataforma dinámica, eficiente y recomendada por los expertos para transmitir distintos programas independientes o dependientes de un medio de comunicación. Estudios sobre el uso del YouTube consideran que el video es un poderoso medio para movilizar un espectro amplio de contenidos, desde conocimientos científicos hasta emociones humanas a través del drama (Snelson & Elison-Bowers, 2009), los estudios se muestran en dos vertientes temáticas (Berk, 2009; Bonk, 2008): los centrados en las actividades de enseñanza y los dedicados al estudio del aprendizaje discente.

Por ser una plataforma tan eficaz y popular, será utilizada como medio de difusión para este proyecto final de carrera, subiendo los cuatro capítulos de los entrevistados y la introducción de Más allá del periodismo.

3.4.2 Anchor como herramienta comunicacional

Mediante el análisis que se realizó de la plataforma Anchor, se tomó en cuenta que es recomendada para jóvenes y adultos que deseen diseñar y cargar su podcast, es una herramienta muy útil donde también se puede compartir el contenido a diferentes plataformas. Tiene conexión con Spotify y las sugerencias de esa plataforma, entonces será una herramienta y plataforma de difusión para los episodios de Más allá del Periodismo.

3.4.3 El Periodismo

“El periodismo no se improvisa, el periodista necesita vocación”–Daniel Samper

Es la disciplina y la profesión centrada en las labores de difusión e información a través de los medios masivos de comunicación. Implica la

obtención, tratamiento, interpretación, redacción y difusión de informaciones consideradas relevantes, importantes o pertinentes para una audiencia.

“El periodista no es un mero intermediario o mediador entre el hecho y el público. Es un intérprete, el artífice que ayuda a entender la realidad que nos rodea, los sucesos que acontecen y afectan a nuestra existencia en el mundo. El profesional de la información periodística no debe caracterizarse por captar sin más los hechos, sino buscar con rigor y minuciosidad el significado que esos acontecimientos poseen, pues bien sabemos que ver no es comprender. La objetividad y la veracidad del periodista en esta ocupación son elementos esenciales e imprescindibles. Deben hacerse todos los esfuerzos necesarios para garantizar que el contenido de las noticias sea fiel, esté libre de prejuicios y se ajuste al contexto, y que todas las opiniones implicadas sean presentadas de modo imparcial.” (Real et al., 2007: 194).

3.4.4 El Periodismo en Venezuela

La evolución del periodismo en Venezuela ha sido un desarrollo bastante importante para el país, con historias y cambios ligados a la historia política del país, en particular a sus informes entre la democracia formal y dictaduras o gobiernos autoritarios, así como a las etapas de turbulencias sociales, económicas y políticas que hemos atravesado.

Según un informe de la Universidad De Los Andes en la introducción al periodismo, desde 1958 y durante toda la década de los 60, resurge con fuerza el periodismo político como consecuencia de la reapertura democrática. El gobierno de Betancourt se enfrenta a una difícil crisis económica y a diversas intentonas de golpes militares. Por otra parte, la división del partido de gobierno y la influencia de la Revolución Cubana (1959) provocan inquietud popular sobre todo en los medios estudiantiles. Surge la guerrilla rural y urbana y la represión gubernamental. Se denuncian las torturas, asesinatos y desapariciones. El inquieto clima político tiene su expresión en la prensa: reaparece Tribuna Popular, órgano del partido Comunista fundado en 1948 y que había circulado clandestinamente durante el

gobierno de Pérez Jiménez. Otra publicación importante de tendencia revolucionaria será Izquierda, semanario bien impreso y concebido, dirigido por Domingo Alberto Rangel, periódico que sufrió varias suspensiones y la persecución de sus redactores.

De tendencia parecida pero en un estilo más popular, circula Clarín. Algunos años después aparecen El Siglo y El Venezolano, diarios de inclinación izquierdista pero de una orientación más doctrinaria, en los cuales tuvo actuación significativa el entonces diputado José Vicente Rangel.

Actualmente, Espacio Público alertó que, durante el confinamiento, fueron cerradas diferentes emisoras de radio, la más reciente fue Rumbera 106.9FM, de los Valles del Tuy, en Miranda, que se sumó a los más de 200 medios clausurados en todo el país desde 2004. Sin embargo, varios programas noticiosos conducidos por periodistas están fuera del aire, uno de ellos era transmitido por el canal del estado Venezolana de Televisión (VTV) y otro por el canal privado Globovisión. Aunque no está vinculado directamente con el ejercicio del periodismo, pero sí con la libertad de expresión, el mayor impacto, en cuanto a reducción de espacios se refiere, ocurrió con el cese de operaciones en el país de DIRECTV, que se materializó el 19 de mayo y dejó sin acceso al servicio de televisión a más de 3 millones de hogares venezolanos.

A esto se añaden los ataques cibernéticos y las reiteradas restricciones de Internet, como por ejemplo el servicio: ABA, de Cantv, que expresan errores en los portales informativos y redes sociales, con la interrupción del servicio de energía eléctrica a escala nacional o regional como consecuencia del colapso del sistema eléctrico, debido a la corrupción, la falta de inversión y de mantenimiento.

Este escenario ha sido bastante controversial para que florezcan los medios digitales como espacio de expresión para periodistas y para que las redes sociales se posicionan como prioridad y principal fuente de acceso a la información para los venezolanos, las transformaciones dentro del esquema de la comunicación digital propician que los usuarios diligencien sus propios espacios

para informar, y tal como lo señalan varios autores (José Luis Orihuela, 2002; Ramón Salaverría, 2005; Aguirre, 2006; entre otros) en este hecho se nota la posibilidad de que el futuro de la comunicación esté cada vez más condicionado por recursos interactivos y aplicaciones para interactuar y cambiar los roles de manera permanente, trayendo consigo retos importantes para los futuros productores de contenidos como para sus usuarios, incluso para la permanencia del medio o las formas que asume la sociedad.

Capítulo IV: Estrategia Comunicacional

Según Quinn citado por Garrido, 2004, la “*estrategia se define como un plan o pauta que integra los objetivos, las políticas y la secuencia de acciones principales de una organización en un todo coherente*”. Lo anterior, manifiesta que la estrategia determina el análisis situacional en que se presentan las realidades que deben ser abordadas a través de acciones concretas y que den respuestas a las necesidades planteadas.

4.1 Fase de Pre- Producción

Los temas seleccionados a incluir se basan en las anécdotas, estudios y experiencias que han sido registradas en los últimos años en el periodismo venezolano.

Después de ubicar a los periodistas y confirmar su participación en el proyecto se realizaron cuatro guiones con diferentes temas sobre los sucesos que fueron tomados de distintas noticias nacionales emotivas y realistas que percibió cada periodista. Entonces, en la etapa de preproducción se realizó las siguientes labores;

- Confirmar asistencia con los periodistas en el podcast
- Se creó la identidad gráfica para tener ideas para el estreno del podcast
- Confirmación por el tutor sobre el Anteproyecto
- Selección de temas a tratar
- Trabajo de investigación
- Selección del target
- Definir locación para realizar la grabación.
- Definir los métodos de difusión para el podcast
- Establecer un cronograma de reuniones.
- Recolección de información para la creación de escaletas de apoyo que se usaron en las grabaciones finales.
- Ensayos generales antes de la grabación final del podcast

- Pautar al invitado.
- Pruebas de sonido y video momentos previos a la grabación.
- Coordinar las pautas con el operador técnico de Radio UMA y UMA TV
- Realizar un inventario de los recursos necesarios para la grabación: cámaras, trípodes, micrófonos.
- Coordinar con el operador técnico para contar con su presencia en las grabaciones
- Elaboración de la imagen del podcast, entiéndase; logo, colores, identidad de marca, entre otras.

4.2 Fase de Producción:

- Grabación de las voces en off (Introducción de cada episodio)
- Selección de las cortinas musicales y efectos
- Selección de material de apoyo para la grabación de los episodios.

La producción y ejecución se presentará en las cabinas radiales de la Universidad Monteávila, con una duración de 20 a 30 minutos cada capítulo del podcast.

4.3 Fase de Post Producción

En esta fase se realizarán los últimos detalles de cada episodio para editar, mejorar y terminar de estructurar, luego subirlo a plataformas de Podcasts como Platinum Podcast, Spreaker y utilizar la cuenta privada de la autora para dar a conocer el proyecto.

- Edición
- Cortes y agregar cortinas finales
- Confirmar el diseño creativo
- Subir nuestro podcast a las plataformas

4.4 Fase de Análisis y Planificación

Se realizará un estudio de personalidades periodísticas que hayan cubierto los eventos más destacados en Venezuela.

Se buscará artículos o reportajes sobre situaciones irregulares de los periodistas en el momento de cubrir el suceso noticioso y servirá como referencia, se enviará un mensaje de confirmación para concretar las entrevistas.

- **INTRODUCCIÓN:**

Presentación general del programa, junto con la bienvenida y un resumen del tema y el invitado que estará en el episodio.

- **SECCIONES:**

El podcast cumplirá con secciones que divida y mantengan guiado a la audiencia para la organización de los temas (Presentación, biografía y experiencias)

- **DESPEDIDA Y CIERRE:**

Se despide el episodio permitiéndole al entrevistado decir una frase o una anécdota importante para ellos.

En esta sección de producción se organizará y pondrá en práctica todos los conocimientos en Radio UMA y UMA TV para realizar las entrevistas con los guiones establecidos de cada entrevistado.

Grabación de las voces en off:

- Bienvenida
- Introducción

Selección de musicalización de fondo

- Cortinas, música y efecto

Grabación de los episodios con el material de apoyo

- Cuatro guiones especializados, uno para cada entrevistado.

4.5 Identidad Gráfica

Según Costa (2006, p. 73) *la identidad visual es un conocimiento del funcionamiento comunicativo de estos permite establecer la mejor técnica de visualización, que en todo los casos será determinada por el diseñador gráfico.*

Viloria (2005) *“la identidad gráfica debe ser consistente y coherente en cuanto a sus signos visuales, que determinen la identificación de la empresa, su diferenciación en el mercado y faciliten su reconocimiento inmediato”* La idea gráfica estuvo constituida por varias herramientas;

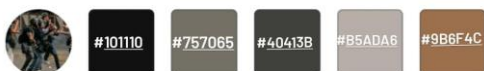
Logo

Conformado por el texto del nombre del podcast (Más allá del periodismo) el logo incluye lo que sería una representación gráfica de un fondo con periodistas y su nombre en mayúscula. A continuación varias ideas hasta llegar al logo principal para el canal en Youtube.

Tipo de letra: 

Paletas de colores:

Paleta de colores de las fotos



Primera idea



Segunda Idea



Tercera Idea (Propuesta elegida)



Miniatura para los videos en la plataforma de Youtube





Capítulo V: Propuesta

El proyecto final de carrera busca cumplir con la responsabilidad del periodismo a través de la visión de los entrevistados. Ayudando a fomentar las herramientas y la responsabilidad de un periodista en la actualidad.

Los temas a tratar de cada uno de los episodios, cuentan con guiones, opiniones e información del periodismo, específicamente en Venezuela, que para todos los interesados puede servirle de aprendizaje o nutrir sus conocimientos en la actualidad a través de las anécdotas que se encontrarán en los episodios del podcast.

El contenido es apto para todo público y no incita bajo ningún contexto a la violencia, drogas, alcohol y otras adicciones que no sean de índole positiva y educativa en la sociedad. El mensaje social que se pretende transmitir con el proyecto audiovisual se fundamenta principalmente en:

- Episodios donde se cuente la razón, visión, experiencias, anécdotas de un periodista en los últimos años en Venezuela.
- Los hechos más destacados en la historia venezolana.

Una vez realizada las divulgaciones en las plataformas seleccionadas del mensaje social a transmitir, se cree que el objetivo es impactar positivamente y motivar en las generaciones que estudian periodismo en el país.

5.1 Cronograma de actividades y Plan de acción

DICIEMBRE	ACTIVIDADES
SEMANA 1	Contactar grupos de periodistas para tener una base de datos con sus nombres, correos y número de teléfonos.
SEMANA 2	Definir los objetivos de cada episodio, establecer las correcciones del tutor.

ENERO	ACTIVIDADES
SEMANA 3	Definir los mensajes de difusión y la elección de los periodistas, desarrollando los objetivos generales.
SEMANA 4	Definir los contenidos, los formatos y horarios donde se publicarán los episodios y realizar un calendario para pautar las entrevistas en los siguientes dos meses
SEMANA 5	Esperar respuestas y correcciones por parte de facultad. Definir las preguntas y el modelo de los guiones.

SEMANA 6	Realizar los guiones y esperar correcciones por el tutor
-----------------	--

FEBRERO	ACTIVIDADES
SEMANA 7	Ejecución de los guiones y planificación en Radio UMA.
SEMANA 8	Grabación del primer y segundo episodio
SEMANA 9	Grabación del tercer episodio y cuarto episodio
SEMANA 10	Edición y corrección del material

MARZO	ACTIVIDADES
SEMANA 11	Grabación de introducción y despedida
SEMANA 12	Edición de cortina y secciones
SEMANA 13	Corrección por el tutor y coordinador de Proyecto Final de Carrera
SEMANA 14	Redactar y organizar la parte teórica del Proyecto Final de Carrera

ABRIL	ACTIVIDADES
SEMANA 15	Correcciones semifinales

SEMANA 16	Corregir, editar la idea creativa para difundir el podcast (Post, imágenes, flyer)
SEMANA 17	Edición de los videos y podcast completo
SEMANA 18	Evaluar las plataformas

MAYO	ACTIVIDADES
SEMANA 19	Subir nuestro podcast a las plataformas recomendadas
SEMANA 20	Últimas correcciones por el coordinador y tutor del PFC
SEMANA 21	Entrega final de Proyecto
SEMANA 22	Presentación final

5.2 Invitados

El periodismo es una profesión importante para los medios de comunicación y la información de un país, en primer lugar contamos con los conocimientos del tema protagónico en este proyecto, los periodistas.

Por otro lado, contamos con la participación de invitados profesionales en el tema como Estenif Olivares, Osmar Hernández, Anna Rodríguez y Dervinson Rojas todos periodistas, con anécdotas y sucesos que contar.

5.3 Guiones

Más allá del periodismo/ Episodio #1

Reseña de Esteninf Olivarez:

Esteninf Olivarez, periodista, chef y ciudadana venezolana, específicamente de Barquisimeto

Reportera Unión Radio, Impacto Venezuela y corresponsal en Caracas de Primer Impacto y Univision.

# 1 PODCAST	NOMBRE DEL MICRO	<i>Más allá del periodismo</i> <i>El inicio</i>	Duración	20 min a 30 min
	TEMA	El desafío de un periodista		
Objetivo	El inicio del primer episodio de Más allá del periodismo con una invitada especial, Esteninf Olivarez resaltará la importancia y los desafíos de un periodista en Venezuela			
	#			
Control	1	Presentación grabada (Introducción)		
	2			
Locutor	3	<p>Bienvenidos al primer episodio de Más allá del periodismo, un podcast creado para la verdad y las anécdotas de los protagonistas del periodismo venezolano.</p> <p>Hoy recibimos a Esteninf Olivarez, periodista, chef y ciudadana venezolana, específicamente de Barquisimeto</p> <p>Reportera Unión Radio, Impacto Venezuela y corresponsal</p>		

		en Caracas de Primer Impacto y Univision.
Locutor	4	<p>Venezuela te admira y te conoce por tu increíble trabajo, antes de entrar en materia quisiéramos saber más de ti y de tu profesión</p> <p>Preguntas:</p> <p>Esteninf, en algún momento cuando estaba la crisis social y económica pensaste en irte del país?</p> <p>¿Cuál fue la fecha que marcó tu etapa periodística?</p> <p>¿Cuál es el límite de un periodista?</p> <p>¿Las emociones, cómo las manejamos en ese momento?</p>
Cuerpo del Micro		
	6	<p>¿Las etapas más fuertes que viviste en tu carrera?</p> <p>¿Cuál es el propósito que quieres transmitir?</p>
Control	12	(Efectos, audios, cortinas)

Despedida Micro		
Control	14	Entra cortina (indicar qué audio, la duración y su salida)
	15	

Más allá del periodismo / Episodio #2

Reseña de Ana Rodriguez:

Ana, es corresponsal en Venezuela del Diario el tiempo en Colombia, corresponsal en Telemundo 51. Mujer estudiosa, trabajadora y creativa, amante de los idiomas y de su profesión.

	NOMBRE DEL MICRO	<i>Más allá del periodismo</i>	Duración	20 min a 30 min
		<i>Tercer episodio</i>		
#2	TEMA	El futuro del periodista		
Objetivo	En este segundo episodio tenemos el honor de compartir cabina con Ana Rodriguez,			
	#			
Control	1	Presentación grabada (Introducción)		
Locutor	3	Bienvenidos al segundo episodio de Más allá del periodismo , un podcast creado para la verdad y las anécdotas de los protagonistas del periodismo venezolano.		
		Ana, eres corresponsal en Venezuela del Diario El Tiempo en		

		Colombia, corresponsal en Telemundo 51. Mujer estudiosa, trabajadora y creativa, amante de los idiomas y tu profesión.
Locutor	4	<p>Premio Municipal del Periodismo 2014</p> <p>¿Cuál es el límite de un periodista?</p> <p>¿Las emociones, cómo las manejamos en ese momento?</p> <p>Un recuerdo donde hubo agresión</p> <p>Qué sucedía en los momentos que eras detenida</p> <p>Volverías a cubrir</p>

Más allá del periodismo / Episodio #3

Reseña de Darvinson Rojas:

Periodista egresado de la Universidad Santa María, dedicado a la cobertura de sucesos en Venezuela, ha trabajado para el proyecto de datos sobre violencia, Monitor de Víctimas, y ha cubierto información relacionada con elecciones venezolanas y la pandemia de coronavirus de 2020 en Venezuela.

#3	NOMBRE DEL MICRO	<i>Más allá del periodismo</i>	Duración	20 min a 30 min
	TEMA	<i>Tercer episodio</i>		
Objetivo	En este tercer episodio tenemos el honor de compartir cabina con Darvinson Rojas			
	#			
Control	1	Presentación grabada (Introducción)		
	2			
Locutor	3	Bienvenidos al tercer episodio de Más allá del periodismo , un podcast creado para la verdad y las anécdotas de los protagonistas del periodismo venezolano.		
	6	Periodista egresado de la Universidad Santa María, dedicado a la cobertura de sucesos en Venezuela, ha trabajado para el proyecto de datos sobre violencia, Monitor de Víctimas, y ha		

		cubierto información relacionada con elecciones venezolanas y la pandemia de coronavirus de 2020 en Venezuela.
Control	9	(Efectos, audios, cortinas)
	11	
Despedida Micro		
Control	14	Entra cortina (indicar qué audio, la duración y su salida)
	15	

Más allá del periodismo / Episodio #4

Osmary Hernández, egresada de la Universidad Católica Andrés Bello trabajado en venevisión, televen, telemundo y Caracol, actualmente es corresponsal en CNN Español para Venezuela, tiene una especialización en publicidad.

Se interesó en el periodismo desde sexto grado, su vocación la descubrió temprano

	NOMBRE DEL MICRO	<i>Más allá del periodismo</i> <i>Cuarto episodio</i>	Duración	25 min a 40 min
#4	TEMA	La vocación de un profesional		
L	En este último episodio tenemos el honor de compartir cabina con Osmary Hernández			

	#	
Control	1	Presentación grabada (Introducción)
	2	
Locutor	3	<p>Bienvenidos al cuarto episodio de Más allá del periodismo, un podcast creado para la verdad y las anécdotas de los protagonistas del periodismo venezolano.</p> <p>Periodista, veintidós años de carrera</p> <p>Ha trabajado en venevisión, televen, telemundo y Caracol, actualmente es corresponsal en CNN Español para Venezuela, tiene una especialización en publicidad.</p> <p>Se interesó en el periodismo desde sexto grado, su vocación la descubrió temprano. Le interesaba la parte social, escuchar a las personas.</p> <p>“Soy, lo que siempre quise ser”</p> <p>Ganó un Emmy en 2014 por las protestas en Venezuela</p> <p>Osmary Hernández es una periodista y corresponsal de CNN en Español. Ha sido nominada al Documental a la Cobertura Excepcional de una Noticia de Última Hora en Español, y ha sido galardonada con el Premio Emmy de Noticia y el Documental al Mejor Noticiero o Magazín Informativo en Español. El 13 de enero</p>

		de 2019, es detenida por el Servicio Bolivariano
Locutor	4	<p>Premio Municipal del Periodismo 2014</p> <p>¿Cuál es el límite de un periodista?</p> <p>¿Las emociones, cómo las manejamos en ese momento?</p> <p>Un recuerdo donde hubo agresión</p> <p>Qué sucedía en los momentos que eras detenida</p> <p>Volverías a cubrir</p> <p>el Premio a la Libertad de Expresión</p>
Despedida Micro		
Control	14	Entra cortina (indicar qué audio, la duración y su salida)
	15	Y hemos llegado al final de nuestro Podcast, más allá del periodismo, nos vemos en otro siguiente episodio

	16	
--	----	--

5.4 Estrategia de publicación y promoción

Más allá del periodismo, cumple con una promoción independiente en la cuenta de instagram personal de la autora @carol.vv en las historias. Además, se subirán los episodios a la cuenta de YouTube y Anchor para que la audiencia disfrute de este gran proyecto.

Capítulo VI: Conclusión

Venezuela es un país con infinitos podcast, sin embargo existe una oferta limitada en cuanto a podcast sobre las experiencias y anécdotas periodísticas.

Una vez realizado el Proyecto Final de Carrera de una manera óptima, Más allá del periodismo, se ha comprendido que el principal objetivo de realizar este proyecto audiovisual de este tema quiere impulsar a los futuros estudiantes universitarios de la Universidad Monteávila o de otras universidades que pretendan construir un podcast bajo proyectos periodísticos.

Capítulo VII: Referencias

Espacio Público Informe. (2018). *Situación del derecho a la libertad de expresión e información en Venezuela*. Disponible en <https://espaciopublico.org/informe-2018-situacion-del-derecho-a-la-libertad-de-expresion-html/>

Podium Podcast *Venezuela huir y vivir*. (2019) Disponible en <https://www.podiumpodcast.com/venezuela-huir-o-morir/sobre-el-programa>

Podcasting, un mercado que está despegado a lo grande, por José Carlos Cortizo (2017) Disponible en <https://producthackers.com/es/blog/podcasting-mercado-despegando>

Isaac Batanás. (2017). *Especialista e podcast y producción sonora* Disponible en <https://isaacbaltanas.com/>

Fomentos del diseño. (2012) *Identidad visual*. Disponible en <http://www.eugeniovega.es/paidos/brand.pdf>

Situación del Periodismo en Venezuela (2019) Disponible en <https://www.medianalisis.org/wp-content/uploads/2019/10/SituacionDelPeriodismoEnVenezuela2019.pdf>

La Regulación de los Medios Danis Mcquail (2012) Disponible en http://politicasyplanificacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/121/2014/07/mcquail_la_regulacion_de_los_medios.pdf