

RIF-J 30647247-9



Universidad
Monteávila

República Bolivariana de Venezuela

Universidad Monteávila

Facultad de Ciencias de la Comunicación e Información

Escuela de Comunicación Social

CREACIÓN DE UN PODCAST AUDIOVISUAL CON CONTENIDO SOBRE REDES SOCIALES Y ENTRETENIMIENTO

Tutor:

Ruiz Tovar, Roberto Rafael

Realizado por:

Arcila Sánchez, Marialejandra V- 27.741.318
García Lanza, Flavia Valentina V- 27.995.245
Ibarra García, Anthony Marcelo V- 29.518.263
Rodríguez Acosta, Marco Andrés V- 28.155.094

Caracas, junio del 2022

DEDICATORIAS

Dedico éste proyecto principalmente a mis padres Argenis Arcila y Zoraima Sánchez y a mi abuela Iris María Cadagán, quienes me aconsejaron durante todo este proceso y me brindaron su apoyo incondicional a lo largo de esta carrera, enseñándome las cosas buenas de la vida y guiándome por el buen camino. También me gustaría dedicar este proyecto al Ing. Martín Hariton y su esposa Susana Goldberg, quienes me brindaron la oportunidad de estudiar una carrera universitaria y apoyarme durante los cuatro años en la universidad.

- Marialejandra Arcila

Dedico éste proyecto a mis padres, mis hermanos, mis tíos, mis primos y mis perritos. Gracias a mis padres Naudy García y Lorena Lanza por acompañarme en este camino y guiarme, por su comprensión en los momentos complicados y a enseñarme a enfrentar las adversidades; gracias a los principios y valores que me inculcaron, así como a su amor incondicional soy quien soy.

También dedico este proyecto a mi novio Anthony Ibarra, quien ha sido un gran apoyo en este proceso, por su comprensión, paciencia, amor y por aceptar todos mis errores tal como son.

Para finalizar, dedico este proyecto a mis amigos, mención especial a Sara Dib (mi primera amiga en la Monteávila) quien ha estado presente en todo momento, me ha ayudado y apoyado a superar los obstáculos sin esperar nada a cambio, a Marialejandra Arcila, Alessandro Di Flaviano, Sebastián Castro, Manuel Caraballo, Alejandro Parra, Oriana Pullas, Nicole Psaridis, Valeria Presilla y Hawa Saadi.

- Flavia García

Antes que nada, quiero hacer una especial mención para mi tía Magaly ya que fue un apoyo incondicional durante toda mi vida y mi carrera universitaria, y hoy ya no se encuentra entre nosotros.

A mi madre, Indira Ibarra y a mis familiares ya que ellos me han apoyado en todo momento, estando presentes a lo largo de este proyecto.

A mi novia Flavia García ya que apoyó que emprendiéramos este proyecto juntos.

- Anthony Ibarra

Este trabajo va en especial dedicación a mi abuela y abuelo paternos quienes en el mes de junio cumplen 6 y 2 años desde su partida respectivamente.

También va dedicado a mis padres, Marco Tulio Rodríguez Subero y María Carolina Acosta Ascanio y mi madrina, Raquel García, también graduados en la carrera de comunicación social, por instruirme en el amor por esta carrera y deseando que puedan seguir guiándome durante mi vida profesional.

Por último, me gustaría dedicar este trabajo a todas esas personas (amigos, profesores, tutores...) que he conocido durante los últimos 4 años durante mi estadía en la universidad y que me han hecho crecer como persona, esperando que esos lazos perduren en el tiempo.

- Marco Rodríguez

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a mis padres y familia, ya que con su apoyo pude llegar a donde estoy actualmente. A todos los profesores de la universidad quienes a lo largo de la carrera me ayudaron a formarme para este gran final. Al profesor Roberto Ruiz por ser nuestro tutor en este proyecto y estar con nosotros aconsejándonos en cada paso, también a Naudy García, Víctor Pacheco, Efraín Sangronis y Kevin Zambrano quienes nos brindaron su apoyo durante nuestro proceso de grabación del proyecto.

Al profesor Felipe González y Reina Delgado, quienes nos apoyaron con nuestro proyecto final, asimismo agradezco a todos mis amigos quienes hicieron estos 4 años más divertidos y fáciles de llevar, especialmente a mi grupo de PFC Flavia García, Anthony Ibarra y Marco Rodríguez ya que a pesar de que estuvimos bajo mucho estrés pudimos seguir adelante con este proyecto y entregarlo con éxito. Gracias.

- Marialejandra Arcila

Quiero agradecerles a mis padres, por su apoyo incondicional, por ser mi pilar en todo momento y no dejarme sola en este proceso. Agradecerles a mis hermanas Génesis García y Raurelis Pérez por ser un apoyo clave a lo largo de mi carrera y estar presente en todo momento.

A mi novio Anthony Ibarra por ayudarme a cumplir cada meta que me he propuesto y estar a mi lado en los momentos más difíciles.

A los profesores, que durante todo este tiempo estuvieron presente, especial mención al profesor Roberto Ruiz por ser nuestro tutor y guiarnos en este proceso, al profesor Felipe González y la Profesora Reina Delgado por estar presentes y ayudarnos a solventar dudas.

Al equipo de Radio UMA Y UMA TV, Naudy García, Kevin Zambrano, Víctor Pacheco, Efraín Sangronis y la profesora Sofía Ramírez, fueron un gran apoyo en el desarrollo del proyecto.

Y por último agradecerles a todos mis amigos, por generar tantas cosas lindas en mí y ayudarme a ver la vida de una manera diferente.

- Flavia García

Agradecer a mi madre Indira Ibarra, a mi abuela, tías, primos, a mi padre pero no de sangre Román De Ganzo y a todas esas personas que no son familia pero que han actuado como tal ya que día a día me han apoyado en el largo y extenso camino que fue la carrera universitaria.

A los profesores que se dedicaron a la incansable tarea de transmitirnos sus conocimientos para formar a unos futuros profesionales en comunicación, especial mención para nuestro tutor Roberto Ruiz y a los profesores Felipe González y Reina Delgado ya que ellos fueron de gran apoyo durante este proceso.

A Kevin Zambrano, Naudy García, Víctor Pacheco, Efraín Sangronis por siempre tener una buena disposición y ser de gran ayuda durante toda la carrera.

Igualmente me gustaría agradecer a mis amigos ya que con ellos no sólo disfruté de esta carrera universitaria sino que estuvieron en los momentos buenos y no tan buenos, fueron el apoyo en las etapas más arduas y en las alegrías, ellos son Marialejandra Arcila, Manuel Caraballo, Sebastián Castro, Alessandro Di Flaviano, Sara Dib, Alejandro Parra, Samuel Fiffe, Andrés Pabón y Sabrina Noguera.

Hago mención especial a mi novia Flavia García ya que ella ha sido un apoyo incondicional durante todo este trayecto y me ayudó a encontrar la fuerza que no conseguía.

- Anthony Ibarra

Este trabajo va en especial dedicación a mi abuela y abuelo paternos quienes en el mes de junio cumplen 6 y 2 años desde su partida respectivamente.

También va dedicado a mis padres, Marco Tulio Rodríguez Subero y María Carolina Acosta Ascanio y mi madrina, Raquel García, también graduados en la carrera de comunicación social, por instruirme en el amor por esta carrera y deseando que puedan seguir guiándome durante mi vida profesional.

Por último, me gustaría dedicar este trabajo a todas esas personas (amigos, profesores, tutores...) que he conocido durante los últimos 4 años durante mi estadía en la universidad y que me han hecho crecer como persona, esperando que esos lazos perduren en el tiempo.

- Marco Rodríguez

RESUMEN

El proyecto titulado “Perfectos Extraños” fue realizado con la finalidad de hablar acerca de las redes sociales y sobre la forma en la que ha influenciado en varios aspectos de la vida diaria como lo han sido las relaciones humanas, el entretenimiento que consume la gente y las consecuencias para la salud mental de las personas.

El programa Perfectos Extraños es un modelo de podcast conversacional, consta de una temporada con seis episodios en total de los cuales tres de ellos contienen entrevistas con personalidades de las redes sociales o del entretenimiento como cantantes o *influencers* con el fin de conocer sobre sus vidas y sobre cómo estas nuevas tecnologías han impactado en sus vidas.

En cuanto a estilo proyecto contiene su propia identidad que ayuda para que el podcast se distinga de otros en bases a características diferenciadoras. Los principales medios utilizados para dar a conocer el contenido del programa son las plataformas Instagram y YouTube debido al número de usuarios que poseen, para así poder alcanzar a una mayor cantidad de espectadores.

Este podcast está dirigido a aquellas personas (principalmente jóvenes) con conocimiento en las redes sociales, ya sea para uso diario o para su vida laboral, con el objetivo de exponer desde una perspectiva más personal, la influencia que estas redes tienen en la vida, principalmente para las personas cuya actividad gira en torno a ellas.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN	ix
ÍNDICE	1
CAPÍTULO I	2
1.1 INTRODUCCIÓN	2
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.3 OBJETIVOS	5
1.4 MOTIVACIÓN	6
1.5 JUSTIFICACIÓN	8
CAPÍTULO II	13
2.1 ANTECEDENTES	13
2.2 BASES TEÓRICAS	17
2.2.1 CLASIFICACIÓN DE LOS PODCAST	20
2.2.2 DEFINICIÓN DEL PODCAST “PERFECTOS EXTRAÑOS”	22
2.2.3 ELECCIÓN DEL TEMA Y TARGET	22
2.2.4 ESTRUCTURA Y DURACIÓN DEL PODCAST “PERFECTOS EXTRAÑOS”	24
2.2.5 EQUIPO DE GRABACIÓN	25
2.2.6 PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES	25
CAPÍTULO III	27
3.1 ESTRATEGIA	27
3.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	30
3.3 FICHA TÉCNICA Y GUIÓN	31
3.4 GUIONES	32
3.5 IDENTIDAD GRÁFICA	42
CAPÍTULO IV	44
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
4.1 CONCLUSIÓN	44
4.2 RECOMENDACIONES	45
CAPÍTULO V	47
5.1 REFERENCIAS	47
5.2 ANEXOS	49

CAPÍTULO I

1.1 INTRODUCCIÓN

Durante la época de la pandemia, se centralizó el método de entretenimiento de los seres humanos para los que se realizan a partir del internet. Los servicios de televisión por vía streaming, los usos de las distintas redes sociales para transmitir se hicieron con la mayor parte del día a día de las personas.

Los podcasts tomaron una gran notoriedad ya que estos representaban una nueva forma de comunicar un mensaje sin las ataduras que puede proporcionar un medio tradicional como la radio (Dircomfidencial, 2021). La facilidad para que cualquier persona pueda dar a conocer su opinión por medio de los podcasts y la masividad de las redes sociales ha generado que cualquier opinión pueda tener una notoriedad que con los medios tradicionales sería imposible de obtener.

Los podcasts también han servido como medio de información ya que muchos de estos han tomado unos temas específicos para su contenido, que en muchos medios tradicionales no se ha logrado obtener. Al ser publicados en redes sociales, sitio en el cual se puede dar información de prácticamente cualquier tema, abarca muchos temas de nicho por la misma disposición de los autores de estos productos a realizarlos.

En la red se pueden encontrar diferentes formas de entretener siendo una de las más comunes el Podcast. Esta forma de entretenimiento es de las más utilizadas ya que los pocos formalismos en sus estructuras, permiten que la persona se sienta más compenetrada con los locutores, al buscar el tema en específico en las distintas plataformas. El podcast se puede encontrar con mayor facilidad en las plataformas de distribución para su descarga y consumo fraccionado. La programación en los medios tradicionales, como lo pueden ser los programas radiales por lo general es muy estricta ya que de no ser así podría sufrir sanciones como las expuestas en el

artículo 27 de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Digitales.

Las nuevas generaciones tienen gran facilidad para acceder a la tecnología y se acostumbran a ella desde temprana edad, por lo cual se ha generado la posibilidad de padecer trastornos si no se hace de manera responsable y/o monitoreada. El buscar notoriedad en las redes sociales se ha hecho cada vez más frecuente sin importar los riesgos que esto pueda generar. Muchos han sido los casos en los cuales por buscar algo de fama han ocurrido fatalidades. (Fernández Sánchez, 2013)

Este proyecto aparte de entretener busca compartir las experiencias de unos jóvenes que fueron criados con la tecnología. Las experiencias, el manejo de emociones y las distintas posibilidades que las redes sociales ofrecen para la juventud necesitada de información y entretenimiento de manera confiable, segura y veraz.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Problema:

El crecimiento de las redes sociales durante las últimas dos generaciones ha desarrollado de forma contraproducente una necesidad de sobre exposición de la vida personal, junto con los potenciales riesgos que esto conlleva a la salud emocional de las personas que las usan y las consumen.

Contexto:

La tecnología, a nivel de las redes sociales, ha crecido de manera exponencial durante las últimas dos generaciones hasta el punto donde, en 2022, el 67,1% de la población mundial poseen dispositivos móviles, según un estudio realizado por las agencias Hootsuite y We Are Social. Las personas que más han sido afectadas por esta tendencia, son aquellas que nacieron durante su auge a finales del siglo XX, es decir, la Generación Millennials, que fueron testigos del nacimiento de estas redes sociales y la Generación Z, quienes prácticamente no han conocido el mundo antes del nacimiento de Internet. Por lo tanto, ven en las redes sociales su mayor medio por el cual son capaces de desarrollar su vida diaria, social y laboral, tanto en lo bueno como en lo malo.

Relevancia:

Actualmente, en las principales redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, o WhatsApp, quienes más las consumen son las personas más jóvenes, con el nacimiento de estas, también se han desarrollado nuevas formas de entretenimiento y de trabajo para las personas de esta generación. Esta condición haya respuestas en la proliferación de nuevas ocupaciones laborales basadas en la tecnología y la comunicación en plataformas digitales. Tal es el caso de los llamados Influencers, que pueden categorizarse entre Streamers, los YouTubers, los TikTokers, entre otros. Estas personas se caracterizan por mostrar su propia intimidad por medio de las redes sociales y, por lo general, el estilo de vida que muestran suele ser uno que se puede catalogar como “perfecto” e “idílico” al estar rodeados de lujos, viajes y marcas, lo que lo hace atractivo para sus seguidores.

No obstante, ese estilo de vida, mayormente falso, puede llegar a ser peligroso tanto para quienes consumen este contenido como para quien los crean.

Por un lado, porque los seguidores corren el riesgo de sufrir daños a su salud mental al intentar aspirar a ese estilo de vida o por querer formar parte de las tendencias del momento debido al miedo de quedarse fuera de ellas, según revelan organismos como la Real Sociedad de Salud Pública en México. Por otro lado, los influencers viven un estilo de vida, en su mayoría, poco saludable al exponerse constantemente y vender una imagen fabricada al mundo que puede estar sujeto al escrutinio público, afectándolos de forma personal en muchos aspectos.

Propósito:

Con base a esta información, el propósito del proyecto es utilizar estas mismas herramientas (las redes sociales), a través de un medio audiovisual como el podcast, para hablar de estas distintas situaciones desde la óptica de cuatro personas que han nacido y se han criado en este entorno de las redes sociales, además de poder entrevistar a personas que formen parte de este mundo para conocer sus vivencias también y su relación con ellas.

1.3 OBJETIVOS

Objetivo General

- Crear un programa en el formato de podcast para mostrar las ventajas, desventajas y utilidad de las redes sociales para los adolescentes y los adultos jóvenes en Venezuela.

Objetivos Específicos

- Producir un podcast que conste de 6 capítulos en el cual se traten temas asociados a las redes sociales, las emociones y el entretenimiento de la sociedad joven de hoy en día entre los 15 y los 35 años.
- Crear una identidad gráfica propia a la marca “Perfectos Extraños” en Instagram y YouTube.
- Difundir los capítulos en YouTube.
- Promocionar los capítulos en la red social Instagram.
- Promocionar los episodios del podcast en Instagram.

1.4 MOTIVACIÓN

Desde un principio de la carrera, la idea de realizar un podcast estuvo presente entre nosotros, en parte influenciado por la gran cantidad de contenido audiovisual al cual tenemos acceso. Este interés incrementó de manera exponencial durante los últimos dos años a raíz de la pandemia y la proliferación de estos contenidos en las plataformas emergentes (Edison Research, 2022).

La idea de realizar un proyecto basado en las tecnologías actuales y las redes sociales fue considerada la más óptima para llegar a más gente y obtener un público mayor.

Otro motivo fue el modelo y la ventaja que este presentaba, la cual era una estructura de programa abierto. Si bien todavía está sujeto a un guion, con el podcast hay más libertad para estructurar un episodio sin contar con la misma rigurosidad que un programa de radio. Además, el modelo pensado, el cual esta

uno más enfocado a la opinión y a la interacción entre los miembros del grupo, está fuertemente influenciado por otros podcasts conocidos con un formato más o menos similar como “The Wild Project”, “Escuela de Nada”, o “Lo Que Nadie te Dijo”.

Por otro lado, la elección de la temática principal de las redes sociales estuvo fuertemente influenciada por la elección de estas nuevas tecnologías para el desarrollo del proyecto.

Durante la elección de los temas a tratar en los episodios del podcast, muchos resultaron estar relacionados o poseen una gran relevancia en las redes sociales entre los jóvenes, como lo son las relaciones tóxicas, la salud mental o el estilo de vida de los influencers, ya que son ellos quienes pasan gran parte de su tiempo navegando en internet.

Un factor interesante que también influyó en la elección de los temas fue que los miembros de este grupo de trabajo pertenecen a la Generación Z, cuando la tecnología se encontraba en pleno auge por lo que el internet formó parte integral de su desarrollo siendo una herramienta de uso diario.

Posteriormente, se incluyó el entretenimiento como otro de los temas a tratar, a raíz de que muchas de las ideas elegidas, que a su vez eran las que tenían mayor relevancia en las redes sociales, estaban relacionadas con personalidades públicas, tales como Will Smith, Johnny Depp, Amber Heard, entre otros.

En ese sentido, se decidió usar el entretenimiento y la influencia de las redes sociales en la vida diaria de las personas, tanto de manera positiva como negativa, en la temática del podcast, siendo abordado no como un trabajo de investigación,

sino como un espacio de opinión, incluyendo también las experiencias propias del grupo, cuyo objetivo primordial es la de entretener e informar al público, especialmente a los jóvenes.

1.5 JUSTIFICACIÓN

La sociedad actualmente se encuentra en un estado donde las dos actividades más comunes, la comunicación y el entretenimiento, se han digitalizado hasta el punto en que los medios tradicionales (televisión, radio, periódico), han perdido un gran porcentaje de espectadores. Este cambio se debe a que hoy en día la capacidad de comunicar, entretener e informar no depende únicamente de un medio, sino que basta con poseer un dispositivo electrónico, una red social y estar conectado a Internet para hacerlo. (González, 2022).

De acuerdo con un estudio realizado entre las agencias de redes sociales Hootsuite y We Are Social (2022), 7,9 billones de personas, el 67,1% (5,31 billones) de la población mundial posee dispositivos móviles, de los cuales 4,65 billones (58,4% de la población mundial) tienen acceso a las redes sociales. Teniendo un aumento exponencial con respecto al 2021, al subir 10,1% el número de usuarios de redes sociales en tan solo un año. Generando también una brecha, en este caso aún más grande, con respecto a la década pasada, donde redes como Snapchat, Instagram o Tinder estaban en auge y el número de usuarios no era muy superior

al billón, de esta manera, el número de personas que poseen una red social se ha multiplicado por 4 en los últimos 10 años.

Conforme con el desarrollo de las redes sociales, también hubo un crecimiento en los medios de entretenimiento, o lo que es lo mismo, el “ocio” que en el pasado estaba más asociado con disfrutar en el aire libre que con hacerlo en el interior del hogar. Hoy en día, en las sociedades más desarrolladas, el entretenimiento se encuentra al alcance de cualquiera que posea un dispositivo móvil.

No resulta extraño que las redes sociales tengan gran alcance mediático, con Facebook (2.910 billones), YouTube (2.562 billones), WhatsApp (2 billones) e Instagram (1.478 billones) como las más influyentes y las de mayor uso hoy en día, según Hootsuit y We Are Social, el mismo caso se aplica a las famosas “plataformas de streaming” como Netflix, HBO Max, Disney Plus, Spotify, Apple Plus que son la nueva forma de conseguir entretenimiento como películas, series, música y/o podcasts.

El auge de las plataformas digitales ha tenido gran impacto sobre todo en las generaciones nacidas entre los años 80 y principios de los 2000, es decir, los “Millenials” y la Generación “Z”. Los nacidos entre 1980 y 1995, fueron los primeros en adoptar las redes sociales como método de comunicación y también fueron los primeros en aprender acerca del alcance que las publicaciones hechas a través de este medio eran capaces de conseguir. Por otro lado, la Generación “Z” que se encuentra entre los nacidos entre 1996 y 2012 fue la primera generación nacida con el auge de las redes sociales, por lo tanto, este grupo nunca ha conocido el mundo

antes del Internet, por lo que se convierten en “nativos digitales” ya que estos son sus medios de comunicación, información y entretenimiento.

Es por esta misma razón que, para mayo de este año, el 74,5% de las personas mayores de 13 años fueron los que más consumen contenido de las redes sociales, según el estudio de Hootsuite y We Are Social (2022), con un promedio de 3:13 horas al día para las mujeres y 2:43 para los hombres entre la edad de 16 y 24 años, siendo estos los que más veces han utilizado las redes este año.

Con el nacimiento de las redes sociales, también viene consigo el nacimiento de nuevas profesiones, dígase *gamers*, *tiktokers*, y una de las más sonadas a día de hoy, *Influencers*. Estos últimos son las nuevas “figuras mediáticas” y la nueva aspiración de los más chicos debido al estilo de vida que ellos muestran en las redes que consumen de manera constante, la cual se puede considerar idílica y muy atractiva, debido a que jugar videojuegos o viajar alrededor del mundo es mucho más atractivo que trabajar en una oficina durante 7 u 8 horas al día. (Cruz, 2021).

En ese sentido, muchos jóvenes caen en el engaño que estas personalidades de Internet pueden llegar a mostrar en las redes sociales, estas son vidas que solamente existen en las redes sociales para atraer a las marcas en base a mentiras. Ese tipo de contenido es al que muchas veces están expuestos los jóvenes quienes pasan más tiempo en las redes sociales viendo a estas “celebridades como modelos a seguir y al intentar imitar o asemejarse a los *influencers* terminan siendo víctimas.

Un estudio revelado por la Sociedad Real de Salud Pública (RSPH) en México (2018) demostró que tras el uso constante de las redes sociales, los jóvenes están expuestos a situaciones que pueden afectar su salud mental al sufrir pérdida de sueño, depresión, inseguridad e incluso autodesprecio por su físico y ciberacoso, además de desarrollar FOMO (Fear of Missing Out), un sentido de inferioridad al no tener un gran número de seguidores o simplemente creer que se están perdiendo algo que los demás hacen.

No sólo los jóvenes, sino incluso los adultos y celebridades del espectáculo que han optado por ser parte del mundo de los influencers al volverse youtubers, tiktokers, activistas o tener su propio podcast con el fin de obtener más atención mediática al exponer su vida personal al público.

Ejemplos de esto pueden ser la Familia Kardashian con su reality show, Will Smith y Jada Pinkett con sus distintos proyectos (podcast, libros) o celebridades como Leonardo DiCaprio con su activismo político a través de las redes sociales.

Con base a lo anteriormente expuesto, este podcast plantea una revisión de estos temas desde las perspectivas de cuatro personas que nacieron como parte de esta generación de las redes sociales y del entretenimiento digital, hablando a través de las experiencias personales sobre las consecuencias que esto han tenido sobre sus vidas y de las personas que les rodean, además de hablar e indagar en la vida de los invitados para conocer su punto de vista.

La principal motivación en la elección de un podcast como proyecto es, primero por la gran variedad de temas y libertad a la hora de hablar, seguido del

crecimiento que ha tenido durante las últimas dos décadas desde que se acuñó el término por primera vez en 2004 de la mano de Ben Hammersley mediante un artículo que escribió en el periódico The Guardian.

En pleno 2022 y, en parte como consecuencia de la pandemia del Coronavirus desde el año 2020, el podcast se volvió un fenómeno masivo para mantener a la gente entretenida durante los días de encierro.

El éxito de este medio, según un blog de tecnología llamado TechCrunch (2020), ha llegado hasta tal punto en el que en Spotify solamente en la primera parte de 2020 produjo un millón de programas en el formato “podcast” y que su base de oyentes aumentó hasta alcanzar los 286 millones de espectadores solo en ese año.

Otra razón radica en el público objetivo que se aspira alcanzar con el podcast, el cual se encuentra en los jóvenes, más precisamente, entre las personas de los 15 hasta los 34 años, quienes son los que más consumen y utilizan las redes sociales más populares actualmente como YouTube e Instagram, que son las redes sociales elegidas para el proyecto.

CAPÍTULO II

2.1 ANTECEDENTES

En la revisión previa, se destacaron algunos podcasts que sirvieron de referencia para el proyecto, logrando así un buen desempeño comparativo de este.

ESCUELA DE NADA

Un podcast en el cual se encuentran tres jóvenes. Ignacio Redondo, Chris Andrade y Leonardo Rojas. Se encuentran sentados en una mesa, uno enfrente, y los otros dos en los costados. Su contenido se centra más que todo en la actualidad y temas que le interesen a su público.

En ocasiones especiales llevan invitados especializados en temas que su audiencia les pide para mantener así el engagement con estos. En cuanto al tema de actualidad no se centran solo en una parte de la misma, pueden hablar de deporte, farándula, temas de divulgación científica, taboos adolescentes, entre otros.

ATEMPORADOS

“La producción de atemporados se basa en ser muy abiertos y creativos, e incluso optar por improvisar y disfrutar de la buena conversación entre una millennials y un Boomer, como lo son Cristina Mosquera y Gonzalo Velasco.”

BLA BLA BLA

El comediante Led Varela habla semanalmente sobre temas de actualidad, temas de no actualidad, y temas que están en el medio, o como lo llama led "Puedoactualidad"

LO QUE NADIE TE DIJO

Un grupo de amigos contando lo que nadie te dijo de la vida desde una perspectiva joven. No te sorprendas si se desvían del tema, ya que es su especialidad. Sus conductores Diana Beze, Arianna Lupi, Andrea Soto, María Victoria Barreat, Roberto Beze.

EL DRINK TEAM

Programa en el cual tres periodistas deportivos se enfocan en el mundo del deporte, centrándose mayoritariamente en el fútbol. Tocando temas del fútbol a nivel mundial pero al ser venezolanos se enfocan en la liga nacional, Liga Futve, el fútbol de selección tanto femenina como masculina y lo que están haciendo los venezolanos que practican sus distintas disciplinas deportivas a lo largo del mundo. Sus conductores son Fernando Petrocelli, Armando Naranjo y Richard Méndez.

DE A TOQUE

Programa conducido por Gabriel Ruiz y Verónica Gómez donde tocan temas mayormente propuestos por su público pero que cumplen con tener la característica de ser atemporales ya que por medio de los conocimientos de cada uno y las experiencias en los temas dan la visión propia de cada uno de ellos y en caso de ser temas de experiencia, dar sus consejos para las personas que así lo requieran.

EL MUNDO Y EL PAÍS CON GABO RUIZ

Este podcast se basa en noticias y hechos diarios centrándose mayoritariamente en Venezuela. Su presentador, Gabriel Ruiz, da a conocer las noticias actuales pero con su humor único y diferente para que de esta manera se diferencie de otros podcast que transmiten noticias. Las noticias que comúnmente toca no son tan serias ni traumáticas, se tratan más de noticias de farándula y actualidad.

Análisis de competencia

En el siguiente cuadro se presenta un comparativo de 4 programas de podcasts Venezolanos, que se escogieron ya que se acercan al formato de que seleccionamos para el podcast.

	Podcast y ya!	Radio Divaza	Lo que nadie te dijo	El cuartico
Plataformas de alojamiento	Youtube	Spotify, Youtube	Spotify, Youtube, Anchor	Youtube, Spotify, Google Podcast, Apple Podcast
Duración	Entre 50 minutos y 1 hora	Entre 40 min y 1 hora	Entre 25 – 58 minutos	Entre 50 minutos y 1 hora
Formato	Audio y video	Audio y video	Audio y video	Audio y video
Nro. De capítulos	2 Temporadas de 6 y 5 episodios	18		100
Contenido	Un espacio dedicado al buen humor y entrevistas. Por lo general, cuentan con una serie de invitados que han ganado reconocimiento a nivel nacional.	Aquí podrás ponerte al día con los temas de la actualidad, chismes e historias de la vida de ambos influencers	Es un podcast donde 4 chicas y un chico te dan su punto de vista de temas variados. De hecho, en la descripción del canal advierten a sus seguidores que no se sorprendan si se desvían de algún tema, ya que es su especialidad.	En cada episodio, este trío conversa a profundidad de distintos temas manteniendo rigurosidad investigativa, sin dejar de lado el humor y el sarcasmo

Presencia en redes sociales	No posee	No posee	Cuentan con una cuenta en la plataforma de Instagram (13.700 seguidores) en las que publican cortos de sus videos como unos trailers.	Cuentan con una cuenta en la plataforma de Instagram (34.800 seguidores) en las que publican cortos de sus videos y fotos variadas.
Audiencia	Tienen audiencia de todo tipo, pero más que todo jóvenes	Tienen audiencia de todo tipo, pero más que todo jóvenes	Tienen audiencia de todo tipo, pero más que todo jóvenes	Tienen audiencia de todo tipo, pero más que todo jóvenes
Espacio para feedback	Poseen sus comentarios habilitados y públicos en youtube	Poseen sus comentarios habilitados y públicos en youtube	Poseen sus comentarios habilitados y públicos en todas sus redes sociales	Poseen sus comentarios habilitados y públicos en todas sus redes sociales

2.2 BASES TEÓRICAS

REDES SOCIALES:

Se definen como servicios que se encuentran en la web que permiten a las personas construirse un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, articular un alista de usuarios con los cuales comparte alguna conexión y ver y atravesar su lista de conexiones y las realizadas por otros dentro del sistema de redes sociales. (Boyd y Ellison, 2007)

“Redes sociales hay fundamentalmente de dos tipos: Analógicas o Redes sociales Off-Line:

Son aquellas en las que las relaciones sociales, con independencia de su origen, se desarrollan sin mediación de aparatos o sistemas electrónicos. Digitales o Redes sociales On-Line: son aquellas que tienen su origen y se desarrollan a través de medios electrónicos. A continuación veremos algunos de los ejemplos más representativos.” (Butragueño, 2013)

“Las redes sociales han existido desde el comienzo de los tiempos, desde que el hombre es un zoon politikon. En cambio, la digitalización de éstas es muy reciente y en poco tiempo se han convertido en el fenómeno mediático de mayor envergadura. Para comprender la nueva realidad social debemos conocer en profundidad los diferentes tipos de redes sociales digitales (en adelante, redes sociales) que operan en la Red. Usaremos la siguiente clasificación: Por su público objetivo y contenido:

Redes sociales horizontales:

Son aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin un fin definido, distinto del de generar masa.

Redes sociales Verticales:

Están concebidas sobre la base de un eje temático agregado. Su objetivo es el de congregar en torno a una temática definida a un colectivo concreto. En función de su especialización, pueden clasificarse a su vez en:

Redes sociales Verticales Profesionales: Están dirigidas a generar relaciones profesionales entre los usuarios.

Redes sociales Verticales De Ocio:

Su objetivo es congrega a colectivos que desarrollan actividades de ocio, deporte, usuarios de videojuegos, fans, etc.

Redes sociales Verticales Mixtas: Ofrecen a usuarios y empresas un entorno específico para desarrollar actividades tanto profesionales como personales en torno a sus perfiles.

Por el sujeto principal de la relación:

Redes sociales Humanas:

Son aquellas que centran su atención en fomentar las relaciones entre personas uniendo individuos según su perfil social y en función de sus gustos, aficiones, lugares de trabajo, viajes y actividades.

Redes sociales de Contenidos:

Las relaciones se desarrollan uniendo perfiles a través de contenido publicado, los objetos que posee el usuario o los archivos que se encuentran en su ordenador. Redes sociales de Inertes Objetos: Conforman un sector novedoso entre las redes sociales. Su objetivo es unir marcas, automóviles y lugares. Entre estas redes sociales destacan las de difuntos, siendo éstos los sujetos principales de la red.” (Butragueño, 2013)

“Por su localización geográfica

Redes sociales Sedentarias:

Este tipo de red social muta en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados.

Redes sociales nómadas:

A las características propias de las redes sociales sedentarias se le suma un nuevo factor de mutación o desarrollo basado en la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen a tenor de los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos a los que tenga previsto acudir.” (Butragueño, 2013)

“El autor considera que una de las primeras redes sociales digitales en consolidarse fueron los MMORPG. Por lo tanto, el autor también considera que se podría añadir la plataforma como factor diferenciador de redes sociales. Así, añadiría:

Por su plataforma

Red Social MMORPG y Metaversos: Normalmente contruidos sobre una base técnica Cliente-Servidor, pero no tiene por qué Red Social Web: Su plataforma de desarrollo está basada en una estructura típica de web.” (Butragueño, 2013)

2.2.1 CLASIFICACIÓN DE LOS PODCAST

“Podcast de audio:

Son únicamente de audio, generalmente en formato MP3 (también puede ser AAC). Los podcasts de audio (en formato mp3) son los más compatibles con todos los equipos y dispositivos de medios portátiles. Entre los aspectos positivos de los podcasts de audio, se incluyen su tamaño de archivo relativamente pequeño (generalmente menos de 10 MB) y que son relativamente fáciles de crear.” (Google sites)

“Podcasts de vídeo:

El podcast de vídeo, también conocido como vodcast o, menos frecuentemente, como vidcast. A diferencia de un podcast de audio, la creación de un podcast de vídeo es como cualquier otro proyecto de producción de vídeo y requiere más tiempo de producción y planificación. En cuanto al tamaño de archivo, la descarga de un podcast de vídeo requiere una conexión de gran ancho de banda. Esto es debido a que son archivos de gran tamaño (normalmente más de 100 MB cada uno). El formato preferido para podcasts de vídeo es típicamente: m4v o mp4, y pueden ser creados y/o descargados por los usuarios de Mac y Windows.” (Google sites)

“Podcasts mejorados:

Son un tipo singular ya que combinan podcast de audio con imágenes sincronizadas, similar a una presentación narrada. A menudo contienen múltiples imágenes que cambian a lo largo de la reproducción, y se le puede agregar enlaces en vivo a páginas web así como marcadores para saltar de capítulo dentro del podcast. Una de sus mayores ventajas es que presentan el contenido visual y de audio manteniendo el tamaño del archivo casi igual que el de los podcasts de audio, mucho más pequeño que un podcast de vídeo.” (Google sites)

“Podcasts de screencasts:

Un screencast es una grabación digital de la pantalla de la computadora, también conocida como una captura de pantalla de vídeo con la narración de audio. Los productos más recientes soportan formatos de ficheros más compactos, tales como Adobe Flash y Mp4. Estos tienen características de edición más sofisticadas, permitiendo cambios en la secuencia, movimiento del ratón y audio.” (Google sites)

2.2.2 DEFINICIÓN DEL PODCAST “PERFECTOS EXTRAÑOS”

El podcast Perfectos Extraños se creó con la finalidad de poder ser el medio por el cual se pudiese hablar de las redes sociales además de dar una serie de consejos para que las nuevas generaciones puedan sobrepasar lo que significa volverse adulto, tener responsabilidades, a lo que se puede someter en las redes sociales, entre otros.

El podcast surgió de la idea de los temas que le hubiese gustado al grupo que tocaran con ellos al momento de enfrentar su vida como adolescentes, como manejar las emociones y prepararse para entender que la vida no siempre será de color de rosa.

De igual manera se tocaron temas externos a las redes sociales como lo son el cine y la música. Estos temas se tocaron dentro del podcast ya que son temas de interés general y eran temas que verdaderamente le llamaban la atención al grupo.

Los dos episodios fuera de las redes sociales y todo lo que estas conllevan se realizaron con el fin de dar a conocer un poco más a los integrantes del programa y sus gustos.

2.2.3 ELECCIÓN DEL TEMA Y TARGET

TEMAS

Desarrollo de un podcast de entretenimiento y todo lo asociado a las redes sociales, desde los influencers y su vida más allá de las cámaras, pasando también

por las redes sociales y su funcionamiento en sí hasta llegar a lo que puede generar las redes sociales en la conducta humana.

TARGET

Debido a la naturaleza y contenido de nuestro podcast, la intención es hacerlo gratuito y accesible para todo público tanto a través de la cuenta de Instagram como por el canal de YouTube. No obstante, basado en los temas que tratamos, el público objetivo está más que todo enfocado en las personas quienes han sido criados alrededor de las redes sociales y las nuevas formas de entretenimiento, es decir, personas de la Generación Millennial y la Generación Z.

En cuanto a características, el público va a consistir de dos formas:

- Jóvenes en etapa de adolescencia que apenas están entrando en el mundo de las redes sociales y quienes son los que más expuestos están a los riesgos de estas.
- Adultos jóvenes quienes ya usan las redes sociales no solo como medio de entretenimiento sino también como método de trabajo

Dicho eso se puede definir a la audiencia de la siguiente forma:

- Público joven en etapa de formación o en pleno crecimiento profesional con conocimiento sobre el uso de las redes sociales. Este grupo estará conformado por personas entre su etapa de adolescencia (15 años mínimo) y la adultez (34 años máximo). Estos grupos se encuentran entre la clase media-alta, con acceso a Internet y con cuentas en las redes sociales, ya sea para entretenimiento o para uso laboral.

2.2.4 ESTRUCTURA Y DURACIÓN DEL PODCAST “PERFECTOS EXTRAÑOS”

El proyecto consiste en la creación de un podcast que se puede encontrar en la plataforma de YouTube, cada capítulo del podcast se subió 2 veces por semana, iniciando el jueves 26 de mayo. Además del canal de YouTube, también se creó una cuenta de Instagram, para subir contenido sobre los capítulos antes grabados, promocionar el podcast y que este sea un medio transitorio para que las personas puedan llegar al canal de YouTube.

El podcast iniciara con el Host dando comienzo al programa y diciendo el tema de conversación que se estará tocando en el episodio, en caso de tener un invitado lo presentamos y posteriormente se da inicio al programa, tomando en cuenta que cada invitado se escoge acorde el tema que se vaya a tocar en ese episodio, luego aparecerá el logotipo por unos segundos e inmediatamente se mostrara la presentación del programa.

Más adelante uno de los host da inicio al tema, cada host contara con un guion que tendrán a la mano al momento de empezar a grabar con todo lo que se hablara o con preguntas en caso de tener un invitado especial. Luego de 25-40min que es el tiempo estimado de cada episodio, el presentador el host despedirá el programa y dando las gracias al invitado por su participación especial.

2.2.5 EQUIPO DE GRABACIÓN

En cuanto al equipo utilizado para llevar a cabo esta serie de podcast los micrófonos utilizados para grabar son unos Sennheiser mk4 de los cuales se necesitaron de 4 para que todos los integrantes del grupo pudiesen hablar cómodamente en los episodios.

Por otra parte, la cámara que se utilizó para la grabación de todos los capítulos fue una Sony HXRMC2500 con soporte de paleta AVCHD y con un LCD de tres pulgadas

2.2.6 PLATAFORMAS Y REDES SOCIALES

Se tomó en cuenta la cantidad de usuarios que se tenían en las redes sociales de Instagram y YouTube y se decidió que estas eran las que contaban con mayor público. YouTube cuenta con aproximadamente 2.562 millones de usuarios activos mientras que Instagram tiene alrededor de 1.478 millones de usuarios activos. (Mejía Llano, 2022)

- YouTube:

Es un sitio web dedicado a compartir videos, fundado en el año 2005. En la actualidad, es la plataforma por excelencia para compartir contenido audiovisual, ya que se puede conseguir videos musicales, programas de TV y clips. Hoy tiene más de 4.590 millones activos (mayo de 2022) en todo el mundo.

- Instagram:

Es una red social para compartir fotos y videos. En esta puedes subir videos, fotos e historias, lo que ha hecho que sea la herramienta preferida para la publicidad en redes sociales. Instagram ahora tiene más de 2 millones de usuarios activos mensuales, tiene 500 millones de usuarios activos diarios y existen 4.2 millones de me gusta en Instagram por día. (Website Rating)

CAPÍTULO III

ESTRATEGIA Y METODOLOGÍA

3.1 ESTRATEGIA

PRE – PRODUCCIÓN

La pre – producción de “Perfectos Extraños” se basó en organizar los guiones, encontrar a los entrevistados, conversar con los profesores encargados para usar los equipos de grabación, conseguir el espacio en el cual se grabaría el podcast.

Para la elaboración de los guiones se realizó una elección de temas que serían los que se grabarían, para luego proceder a buscar información de los temas y así poder escribir los guiones.

Con respecto a los equipos y el lugar de grabación, se le pidió el estudio de grabación de Radio UMA, para así proceder a grabar los capítulos establecidos. Se pudo también utilizar los dispositivos de grabación como lo son los micrófonos y la cámara, este último con el apoyo de la profesora Sofía Ramírez, coordinadora de UMA TV se pudo trasladar a los estudios de Radio UMA.

PRODUCCIÓN

En la producción del podcast el equipo tuvo que estar pendiente de los invitados, en que se sintieran cómodos y hacerlos sentir en un ambiente de confianza a la hora de grabar, estar pendiente del encuadre del video para que se

vean los integrantes del equipo y guardar bien la grabación y audio después de finalizar los capítulos para que estas pasen a edición.

POST – PRODUCCIÓN

La post – producción del podcast se basó en la edición de videos y edición de post para redes sociales. La edición de cada uno de los episodios fue diferente, ya que cada uno contaba con una serie de pequeñas modificaciones que se tenían que acomodar, ya sea el audio, y la calidad del video; ya sea iluminación o ajustes de pantalla.

Los post que se diseñan para las redes sociales también son muy variados, por lo tanto se necesitaba el tiempo necesario para crearlos y subirlos a esta plataforma. Algunos de estos, son post, historias y reels, todas estas para la plataforma Instagram. También he realizaron animaciones para los capítulos, como lo son los créditos, la introducción y el nombre del capítulo.

Indicaciones de éxito: KPI´s

Para analizar la cuenta de YouTube del podcast vamos a utilizar la herramienta de YouTube Creator Studio, para de esta manera poder obtener la información sobre las visualizaciones de cada capítulo, la retención de audiencia a lo largo de los capítulos y la segmentación que hacen las personas dándole clic en botón de Reproducción/Pausa.

Si bien el podcast toca temas muy generales, está centrado en un público específico, un público joven que se está adentrando en las redes sociales y sus usos.

Puntos para analizar el engagement del público:

El medio de entretenimiento YouTube analiza de manera automática la cantidad de tiempo que los espectadores ven el video, si simplemente entran, si ven la mitad del capítulo o si lo ven completo y de forma corrida. Al tener la temática que se espera en este podcast se busca retener al espectador el mayor tiempo posible, es decir, que vean el capítulo completo.

Impresiones:

Esto se refiere a la cantidad de veces en la que los usuarios ven las miniaturas del podcast. Esta estadística se realiza desde la publicación del video hasta el momento en el que se quiera constatar, gracias a esto se puede identificar el crecimiento en el interés en cada uno de los capítulos con el paso del tiempo.

Fuentes de tráfico externo: Este punto trata básicamente sobre los enlaces que utilizan las personas en aplicaciones externas a YouTube para ver los videos. Se van a utilizar las estadísticas de Instagram, ya que ahí se realizó la promoción de los capítulos.

3.2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

FECHAS	ACTIVIDADES
25/04 al 29/04	Conceptualización/organización de ideas para episodios.
03/05/22	Primer, segundo y tercer post de Instagram
05/05/22	Cuarto post de Instagram
06/05/22	Grabar episodio 1
11/05/22	Introducción del programa
12/05/22	Quinto post de Instagram
20/05/22	Grabar episodio 2 y 3
21/05/22	Grabar episodio 4
23/05/ al 03/06	Post-producción de video y audio
24/05/22	Sexto post de Instagram
26/05/22	Publicación primer episodio
27/05/22	Grabar episodio 5
30/05/22	Publicación segundo episodio
01/06/22	Publicación tercer episodio
06/06/22	Grabar sexto episodio
07/06/22	Publicación cuarto episodio
08/06/22	Publicación quinto episodio
10/06/22	Publicación sexto episodio

3.3 FICHA TÉCNICA Y GUIÓN

NOMBRE DEL PODCAST	Perfectos Extraños
UNIVERSIDAD	Universidad Monteávila
OBJETIVOS	Crear un podcast informativo y dinámico, que a su vez pueda entretener a la audiencia. Usando a favor las redes sociales para generar un mayor engagement con las personas.
CONTENIDOS	Redes sociales, emociones, cine, música, relaciones personales.
DURACIÓN	Cada episodio tiene una duración entre 30 y 40 minutos.
FORMATO	Audiovisual
PROGRAMA DE EDICIÓN	Premiere Pro
DISPOSITIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cámara Sony HXRMC2500 con soporte de paleta AVCHD y con un LCD de tres pulgadas • Micrófonos Sennheiser mk4
GUIONISTAS	<ul style="list-style-type: none"> • Arcila, Marialejandra • García, Flavia • Ibarra, Anthony
EDITOR	<ul style="list-style-type: none"> • Arcila, Marialejandra

LOCUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Arcila, Marialejandra • García, Flavia • Ibarra, Anthony • Rodríguez, Marco
PARTICIPANTES	<ul style="list-style-type: none"> • Arcila, Marialejandra • García, Flavia • Ibarra, Anthony • Rodríguez, Marco

3.4 GUIONES

La propuesta que se realizó con los guiones es que fueran temáticos, esto con el fin de poder desarrollar en cada uno de los episodios distintos temas de interés para el público y que, gracias a los mismos, se pudiera interactuar tanto con el entrevistado como con los presentadores del programa.

Guion Capítulo 1

Contenido:

El primer capítulo del podcast tuvo como tema principal las relaciones y en especial las relaciones tóxicas. Se dieron varios ejemplos fácilmente reconocibles para la audiencia como lo pueden ser Jhonny Depp y Amber Heard o Will Smith y Jada Pinkett. Igualmente se dieron algunos ejemplos personales y la opinión sobre estos temas por parte del grupo

<p>Episodio 1, tema: Relaciones Tóxicas</p> <p>INTRODUCCIÓN</p>	
<p>LOCUTORA FLAVIA GARCIA</p>	<p>Bienvenidos al primer episodio de Perfectos Extraños, el día de hoy se hablará sobre las relaciones.</p>
<p>CONTROL</p>	<p>Introducción del programa: Música de fondo en fade out</p>
<p>DESARROLLO DEL TEMA</p>	
<p>LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA</p>	<p>Introducción al tema de relaciones tóxicas y dar opinión respecto al tema del que se está hablando.</p>
<p>LOCUTOR MARCO RODRIGUEZ</p>	<p>Dar opinión sobre lo antes planteado, dar datos sobre la relación de Jada Pinkett Y Will Smith para posicionar mejor a la audiencia en cuanto al tema que se va a hablar.</p>

<p>LOCUTORA FLAVIA GARCIA</p>	<p>Relaciones tóxicas, la libertad que tiene que existir en las relaciones y dar punto de vista sobre el caso Jada Pinkett y Will Smith.</p>
<p>LOCUTOR ANTHONY IBARRA</p>	<p>Aportar más datos y dar su propia visión sobre el tema que se ha venido hablando y relaciones tóxicas.</p>
<p>CIERRE</p>	
<p>LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA</p>	<p>Reflexiones finales y cierre del programa</p>
<p>CRÉDITOS</p>	

Guion Capítulo 2

Contenido:

El segundo capítulo del podcast tuvo al primer invitado, el influencer “Lucho” Mosqueda, con el cual se habló sobre influencers en las redes sociales y un poco sobre su vida como artista completo, ya que este no solo se dedica al mundo de las redes sociales.

Invitado: Luis “Lucho” Mosqueda, 29 años de edad. Venezolano, Artista, Creador de contenido, Comunicador Social.

<p>Episodio 2, tema: Influencers Invitado: Lucho Mosqueda</p> <p>INTRODUCCIÓN</p>	
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Bienvenidos al segundo episodio de perfectos extraños, el día hoy tenemos invitado especial “Lucho Mosqueda”
CONTROL	Introducción del programa: Música de fondo en fade out
DESARROLLO DEL TEMA	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Introducción al tema de influencers y figuras publicas
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Preguntas sobre su vida como figura pública y que es lo que más le gusta del medio.
ENTREVISTADO LUCHO MOSQUEDA	Hablar sobre su vida como figura pública, sus proyectos, como se maneja con su comunidad, cómo ve el trabajo del resto de influencers venezolanos
LOCUTOR ANTHONY IBARRA	Como fue el proceso de volverse figura pública e influencers
LOCUTOR MARCO RODRIGUEZ	Adentrarse un poco sobre la definición de influencers y la vida del entrevistado

ENTREVISTADO LUCHO MOSQUEDA	Hablar al público enfatizando que deben seguir sus metas y luchar por lo que quieren.
CIERRE	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Reflexiones finales y cierre del programa
CRÉDITOS	

Guion Capítulo 3

Contenido:

En el tercer episodio del podcast se tuvo como temática el cine, este episodio estuvo centrado principalmente en los gustos de los integrantes del grupo, curiosidades y detalles que se pueden ver en algunas de las películas más populares.

Episodio 3, tema: Cine	
INTRODUCCIÓN	
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Bienvenidos al tercer episodio de Perfectos Extraños el día de hoy hablaremos sobre "Cine"
CONTROL	Introducción del programa: Música de fondo en fade out
DESARROLLO DEL TEMA	

LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Introducción al tema Cine y películas favoritas de la infancia
LOCUTOR MARCO RODRIGUEZ	Película favorita de la infancia y género favorito
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Película favorita, genero favorito y películas que dejaron traumas
LOCUTOR ANTHONY IBARRA	Películas que dejaron traumas, película animada favorita y serie favorita
CIERRE	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Reflexiones finales y cierre del programa
CRÉDITOS	

Guion Capítulo 4

Contenido:

En el cuarto episodio del podcast se tocaron temas más relacionados a lo emocional ya que estuvo basado en la felicidad, tristeza y responsabilidad afectiva con las personas.

Episodio 4, tema: Emociones	
INTRODUCCIÓN	
CONTROL	Introducción del programa: Música de fondo en fade out
DESARROLLO DEL TEMA	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Introducción al tema emociones
LOCUTOR MARCO RODRIGUEZ	Ejemplos sobre la vida cotidiana basándose en emociones
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Ejemplos sobre felicidad, dependencia emocional
LOCUTOR ANTHONY IBARRA	Ejemplo sobre cosas que te hagan feliz y como la felicidad es un objeto individual para cada quien
CIERRE	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Reflexiones finales y cierre del programa
CRÉDITOS	

Guion Capítulo 5

Contenido: En el quinto episodio del podcast tuvo como tema principal la música, en este se tuvo como invitado al cantante Mario Puglia con el cual se tocaron temas de su vida como artistas y las duras decisiones que tuvo que tomar para lograr su sueño de ser cantante.

Invitado: Mario Puglia, 28 años de edad. Venezolano, cantante.

Episodio 5, tema: Música Invitado: Mario Puglia	
INTRODUCCIÓN	
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Bienvenidos al segundo episodio de perfectos extraños, el día hoy tenemos invitado especial “Mario Puglia”
CONTROL	Introducción del programa: Música de fondo en fade out
DESARROLLO DEL TEMA	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Darle la bienvenida al invitado, hablar un poco sobre su música
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Preguntas sobre su vida como cantante, que lo llevo a irse del país dejando una carrera universitaria atrás
ENTREVISTADO MARIO PUGLIA	Hablar sobre su vida como cantante, que es lo que más le apasiona, explica por qué dejó su carrera de comunicación social para dedicarse a la música

LOCUTOR ANTHONY IBARRA	Como fue el proceso de volverse cantando, como fue el proceso de cambiar de país, el decirle a sus padres que dejara su carrera para dedicarse a cantar
LOCUTOR MARCO RODRIGUEZ	Adentrarse un poco sobre su vida y sus gustos
ENTREVISTADO MARIO PUGLIA	Hablar más sobre su vida y su loca pasión por la música y la moda
CIERRE	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Reflexiones finales y cierre del programa
CRÉDITOS	

Guion episodio 6

Contenido:

En el sexto y último episodio de esta primera temporada del podcast se habló de las redes sociales donde se tuvo como entrevistada a la experta en redes sociales Yoselin Torres, con la cual se habló de las redes sociales como medio de trabajo, las diferencias entre una red social y la otra y el peligro que puede generar el mal uso de las redes sociales.

Invitado: Yoselin Torres. Venezolana, Directora y estratega en MTSPRO Social Media.

<p>Episodio 6 , Tema: Redes Sociales, Invitado: Yoselin Torres</p> <p>INTRODUCCIÓN</p>	
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Bienvenidos al último episodio de perfectos extraños, el día hoy tenemos invitado especial “Yoselin Torres”
CONTROL	Introducción del programa: Música de fondo en fade out
<p>DESARROLLO DEL TEMA</p>	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Darle la bienvenida al invitado, hablar un poco sobre redes sociales
LOCUTORA FLAVIA GARCIA	Preguntas sobre redes sociales, su vida y como ha cambiado su vida con las redes sociales
ENTREVISTADO YOSELIN TORRES	Hablar sobre su experiencia con redes sociales
LOCUTOR ANTHONY IBARRA	Importancia de cada red social
LOCUTOR MARCO RODRIGUEZ	Control de los padres en las redes sociales de niños menores
ENTREVISTADO YOSELIN TORRES	Dar tips para tener un mejor control de redes sociales.

CIERRE	
LOCUTORA MARIALEJANDRA ARCILA	Reflexiones finales y cierre del programa
CRÉDITOS	

3.5 IDENTIDAD GRÁFICA

Logo:



ELEMENTOS:

Palabra: PERFECTOS EXTRAÑOS, en color #C65A3B con fuente “RIBEYE” colocada en el centro sostenida en mayúsculas.

Tres círculos de color azul, rosa y morado con bordes de diferentes colores para llamar más la atención, que van detrás del nombre del podcast.

Un micrófono que representa la grabación de audio que se hace en los podcast, rodeado con sombras atrás para que resalte y sea el centro de atención

La tipografía utilizada en nuestro logo fue la fuente “Ribeye” que nos ayudó a que el logo tuviera una buena estética y que nos ayudará a entenderla al primer momento en que se lea.

La paleta de colores utilizada en el logo se escogió a través de una votación interna con el equipo, y se decidió colores neutrales y cálidos. De este modo se vería en las redes sociales un feed llamativo y armonioso.

El micrófono incorporado en el logo representa los micrófonos que se utilizan para grabar podcasts, siendo así obvio para la audiencia del tema a tratar en nuestro proyecto.

El logotipo que se creó es el que se puede apreciar en nuestra red social Instagram y nuestro canal de YouTube

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 CONCLUSIÓN

Para desarrollar satisfactoriamente un proyecto final de carrera se requiere de un enfoque total a la hora de realizar cada una de las etapas de este. Es necesario realizar un buen organigrama ya que este ayudará a cumplir con los plazos establecidos.

Un podcast más allá de ser un trabajo puesto al azar que puede estar basado en la improvisación es un programa que está sumamente preparado y que para llevar una verdadera información de valor requiere de una ardua preparación. Requiere de una investigación previa y conocimiento del tema a tratar.

El manejo de las herramientas de edición es estrictamente necesario a la hora de estar en la post-producción del proyecto ya que gracias a esto puedes optimizar el resultado del programa y que tenga una gran calidad.

A la hora de tener invitados o cualquier agente externo a la propia organización del grupo hay que preparar un posible plan en caso de que esto no se dé a cabo ya que una falta de organización en este sentido puede comprometer a todo el proyecto.

Con el invitado del primer episodio, Lucho Mosqueda, se pudo dar una visión más amplia de lo que es una persona que vive de las redes sociales y que la manera en la que se encasilla a estas personas no siempre es la adecuada.

La invitada del sexto episodio, Yocelin Torres, dio un aspecto mucho más específico de lo que son las redes sociales. Las diferencias entre cada red social ya que cada una de estas tiene interacciones y funciones diferentes para el fin que se busca.

Mario Puglia, el invitado del quinto episodio, aclaró muchas cosas sobre el tema de dedicarse a la música, el aprendizaje del episodio es que para cualquier cosa que la vida depare, hay que esforzarse para obtener los resultados óptimos.

El aprendizaje que este proyecto le ha dejado al grupo se ha dividido en dos aspectos. Por un lado, permitió reafirmar la necesidad de usar de manera adecuada las redes sociales en la actualidad y por otra parte la relevancia que puede tener un mayor conocimiento sobre otras artes como lo es la música ya que por medio del invitado de ese programa temático se pudo dar una mejor visión.

El formato que consiguen ofrecer los podcasts para dar un mensaje puede ofrecer libertad y versatilidad, pero ésta se encuentra sujeta a la responsabilidad de tener una buena preparación a la hora de dar la información.

4.2 RECOMENDACIONES

- Realizar las actividades con un tiempo prudencial ya que de lo contrario se puede llegar a caer en el conformismo y la mediocridad de un trabajo mal estructurado y deficiente a la hora de tocar los contenidos.
- Ayudarte con tu tutor ya que él será uno de los más interesados en que tu proyecto salga de la mejor manera posible
- Tener un proyecto para la acción y desarrollarlo al pie de la letra
- Conceptualizar metas realistas a la hora de realizar tu proyecto ya que estas podrán ser cumplidas.

- Lograr una buena dinámica de grupo ya que con esto lograrás trabajar de una mejor con tus compañeros
- Valorar los proyectos hallados como antecedentes sin que marquen el desarrollo argumentativo y operacional de la investigación actual.
- Todos los proyectos finales de carrera deben dejar un aprendizaje ya que estos son los que darán el final a la vida como estudiante y el inicio como profesional

CAPÍTULO V

5.1 REFERENCIAS

- ABC (2021) *Hijos gamers, youtubers y Tiktokers ¿Profesiones con futuro o moda pasajera?* ABC [En línea] (Recuperado de https://www.abc.es/familia/educacion/abci-hijos-gamers-youtubers-y-tiktokers-profesiones-futuro-o-moda-pasajera-202106210101_noticia.html?ref=https%3A%2F%2Fwww.abc.es%2Ffamilia%2Feducacion%2Fabci-hijos-gamers-youtubers-y-tiktokers-profesiones-futuro-o-moda-pasajera-202106210101_noticia.html el 3 de junio de 2022)
- Boyd, D. M y Ellison N. B (2007). “*Social network sites: Definition, history and scholarship*”. Se recuperó del siguiente link <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- BURGUEÑO, P. (2009). «*Clasificación de las redes*». Se recuperó del siguiente link <http://www.pabloburgueno.com/2009/03/clasificacion-de-redes-sociales/>
- Diario de la Ribera (2019) *La evolución del entretenimiento en la sociedad*. Diario de la Ribera [En línea] (Recuperado de <https://www.diariodelaribera.net/hemeroteca/salud-y-bienestar/la-evolucion-del-entretenimiento-en-la-sociedad/> el 3 de junio de 2022)
- Edison Research (2022) *Podcasting’s Key Statistics For 2022*. Edison Research [En Línea] (Recuperado de <https://www.edisonresearch.com/podcasting-key-statistics-for-2022/> el 9 de junio de 2022)
- Edison Research (2022). *The Infinite Dial*. Edison Research [En línea] (Recuperado de <https://www.edisonresearch.com/the-infinite-dial-2022/> el 3 de junio de 2022)
- EntumenTV (2022) *¿Cuántos suscriptores tienen las plataformas de streaming?* EntumenTV [En línea] (Recuperado de <https://entumentv.com/cuantos-suscriptores-tienen-las-plataformas-de-streaming/> el 3 de junio de 2022)
- Gobierno de Mexico (2018). *¿Las redes sociales causan problemas de salud?* Gobierno de México [En línea] (Recuperado de

<https://www.gob.mx/imjuve/articulos/las-redes-sociales-causan-problemas-en-la-salud> el 3 de junio de 2022)

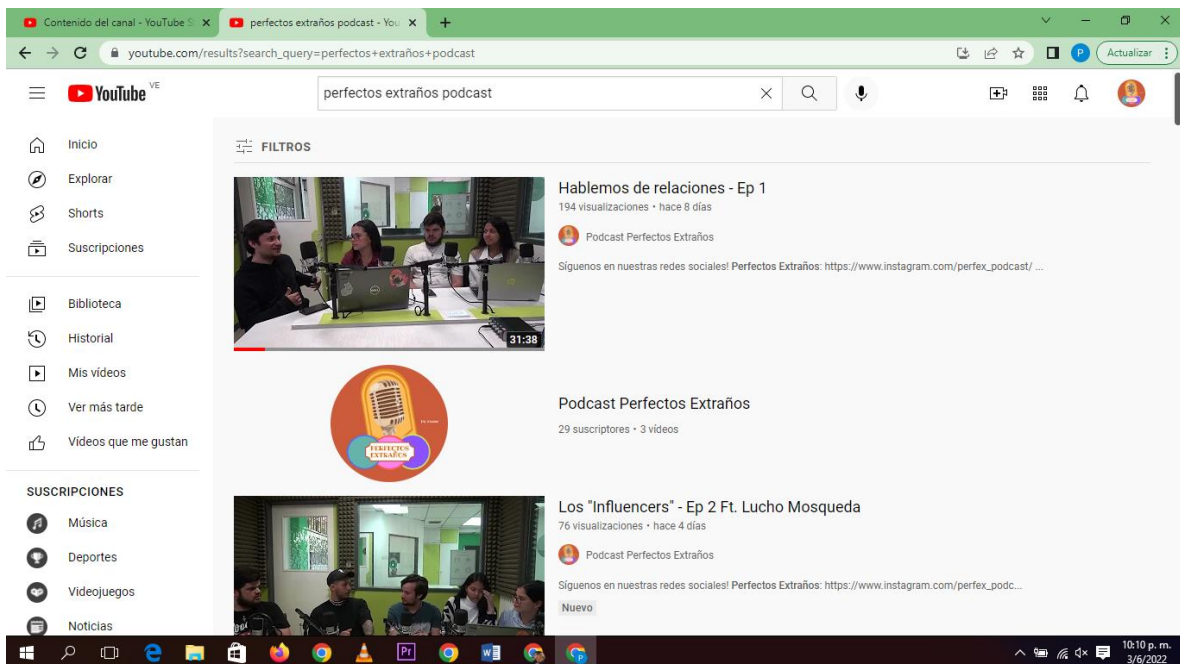
- Gonzalez, J. (2022) *Medios de comunicación tradicionales frente a los efectos de redes sociales*. El Nacional. [En Línea] (Recuperado de <https://elnacional.com.do/medios-de-comunicacion-tradicionales-frente-a-los-efectos-de-redes-sociales/> el 9 de junio de 2022)
- Google Sites:
<https://sites.google.com/site/evaluacionfinaldetecnologia321/tipos-de-podcast>
- Muriel, C. (2020). *La vida que nos venden los influencers: ¿Todo es real?* DigitalistHub [En línea] (Recuperado de <https://digitalisthub.com/la-vida-que-nos-venden-los-influencers-todo-es-real/> el 3 de junio de 2022)
- Peraita, B (2022). *Millenials y Generación Z: ¿Por qué son la generación deprimida?* *The Conversation* [En línea] (Recuperado de <https://theconversation.com/milenial-y-generacion-z-por-que-son-la-generacion-deprimida-178431> el 3 de junio de 2022)
- Perez, S. (2020) *Spotify's catalog tops a million podcasts, consumption increased by 'triple digits' over last year*. TechCrunch [En línea] (Recuperado de <https://techcrunch.com/2020/04/29/spotify-catalog-tops-a-million-podcasts-consumption-increased-by-triple-digits-over-last-year/> el 3 de junio de 2022)
- Pivaral, F. (2020) *El auge del podcast durante la pandemia*. Prensa Libre [En línea] (Recuperado de <https://www.prensalibre.com/vida/tecnologia/el-auge-del-podcast-durante-la-pandemia/> el 3 de junio de 2022)
- RIDYN ¿En qué momento nació el podcast? RIDYN [En línea] (Recuperado de <https://ridyn.com/en-que-momento-nacio-el-podcast/> el 3 de junio de 2022)
- Rolón, C. (2021) *Viralización Peligrosa: Exposición de menores en redes sociales*. Espacio en blanco [En línea] (Recuperado de <https://espacioenblancopy.com/2021/07/28/viralizacion-peligrosa-exposicion-de-menores-en-redes-sociales/> el 3 de junio de 2022)
- Vicente, M (2022) *Análisis de Redes Sociales: cifras y estadísticas clave en 2022*. Hola horro [En línea] (Recuperado de <https://holahorro.mx/blog/analisis-redes-sociales2022/> el 3 de junio de 2022)

- Juan Carlos Mejía Llano: *Consultor y Speaker de Marketing digital y transformación Digital* - [En línea] (Recuperado de <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/> el 3 de junio de 2022)

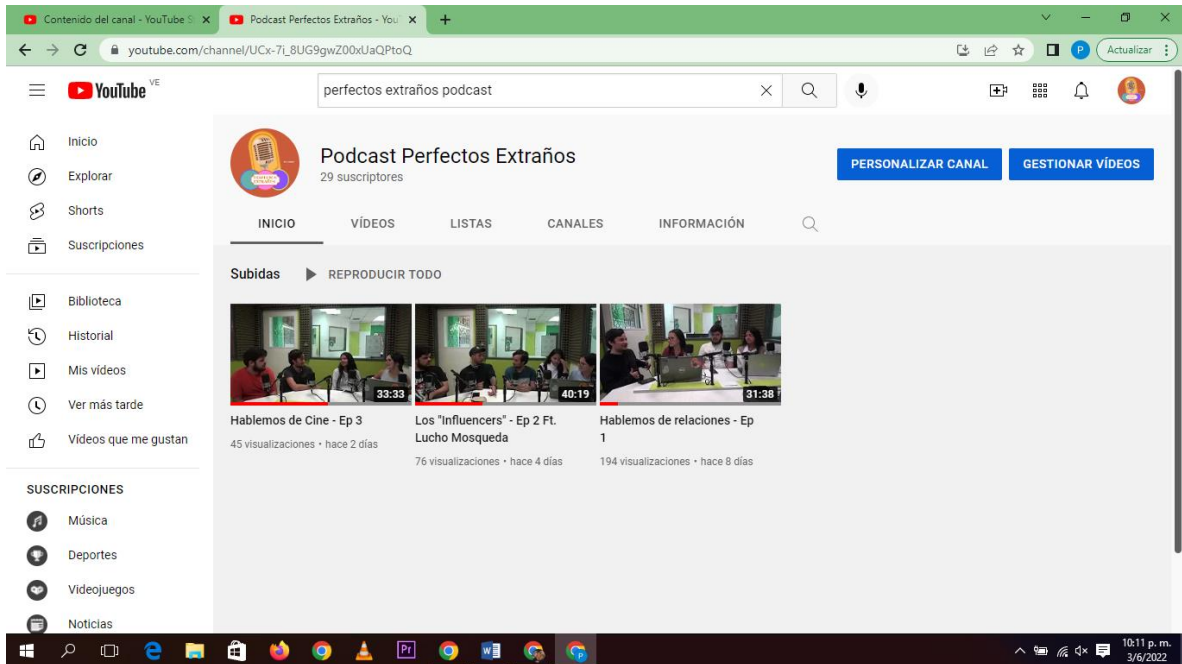
5.2 ANEXOS

PLANIFICACIÓN GRÁFICA

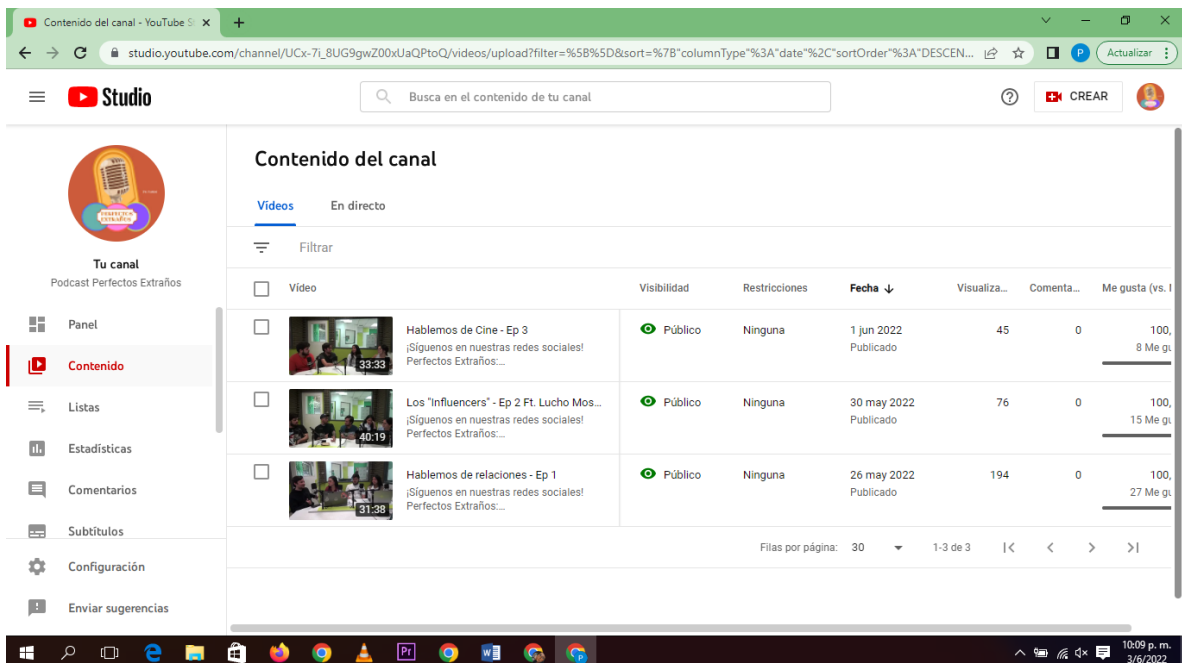
Canal de YouTube: Perfectos Extraños Podcast



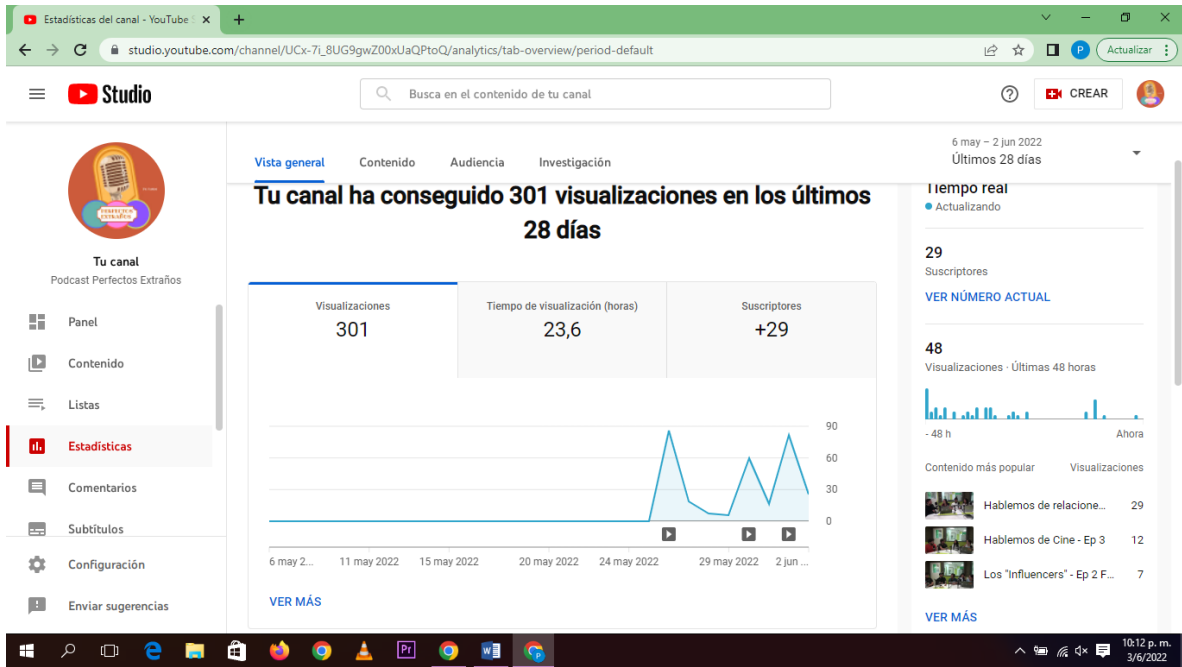
Al entrar a la plataforma de YouTube y buscar el nombre del podcast, aparecerá de primero y fácil de ubicar



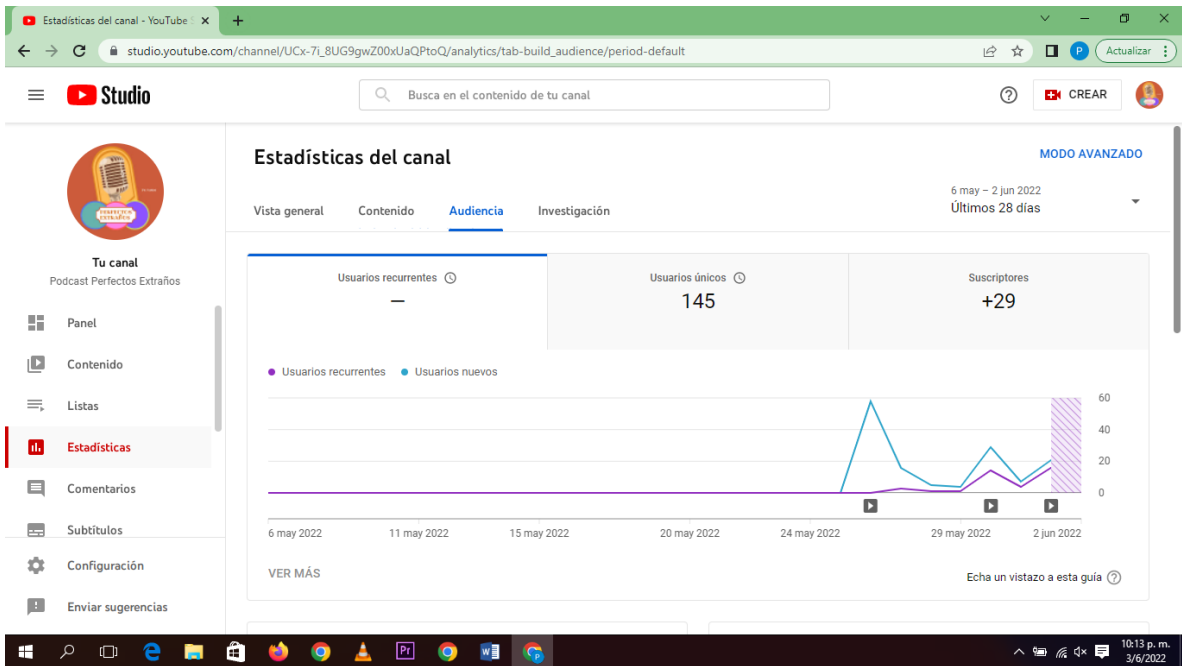
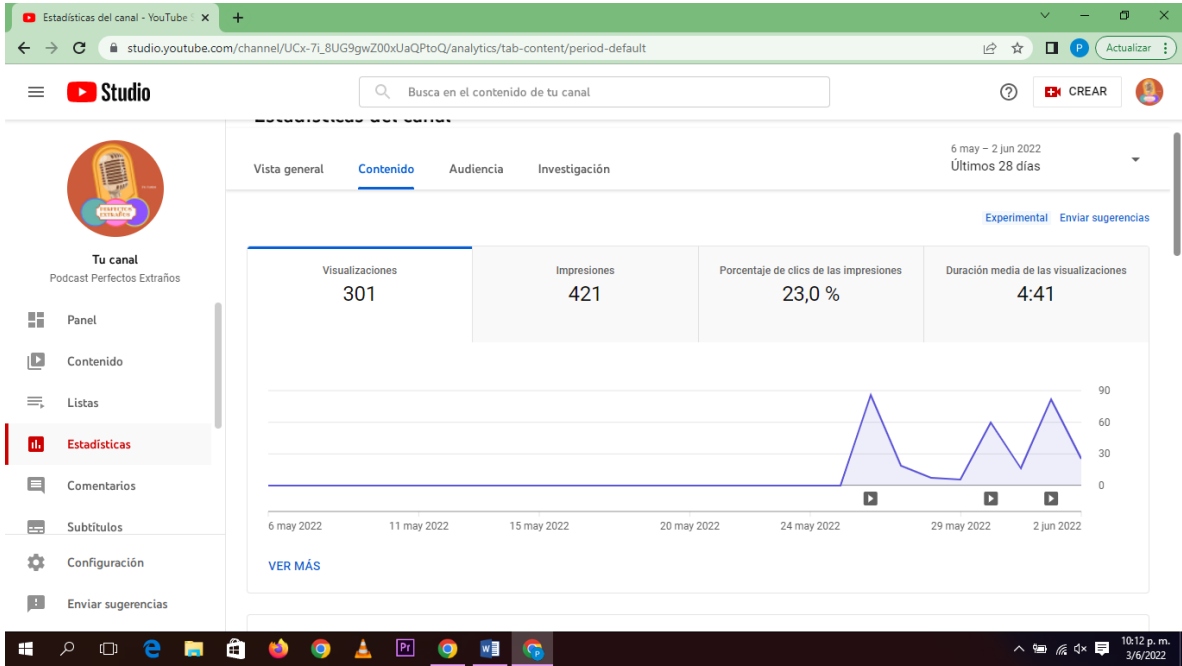
Al entrar al perfil se visualizarán los videos que se han subido a la plataforma



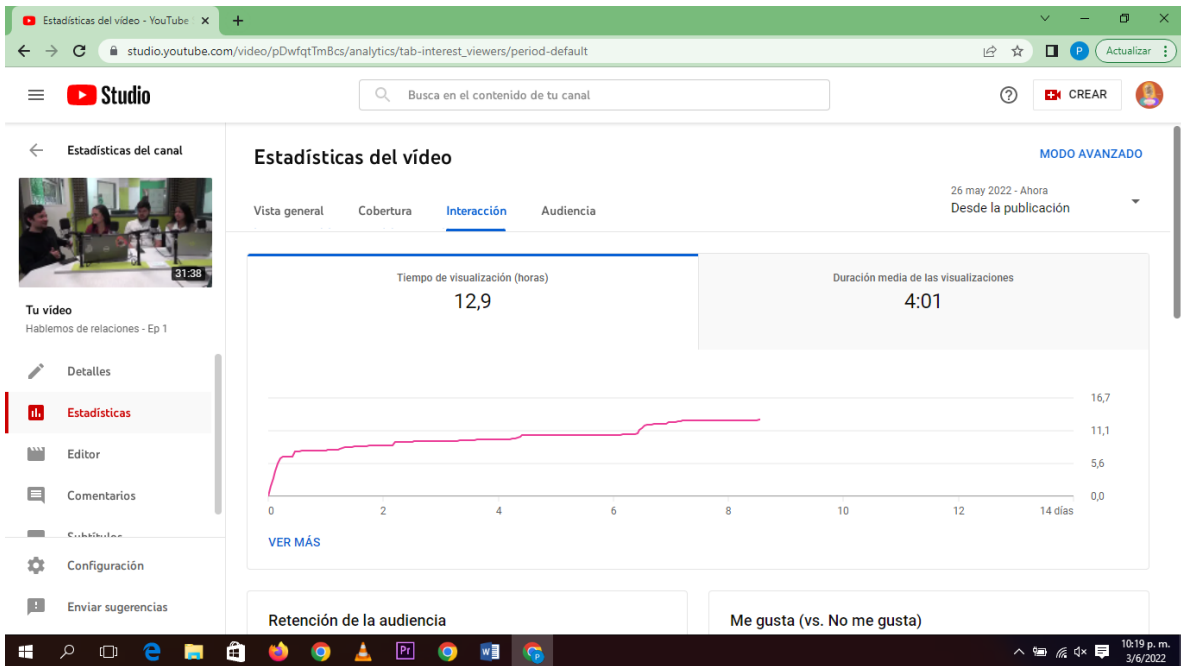
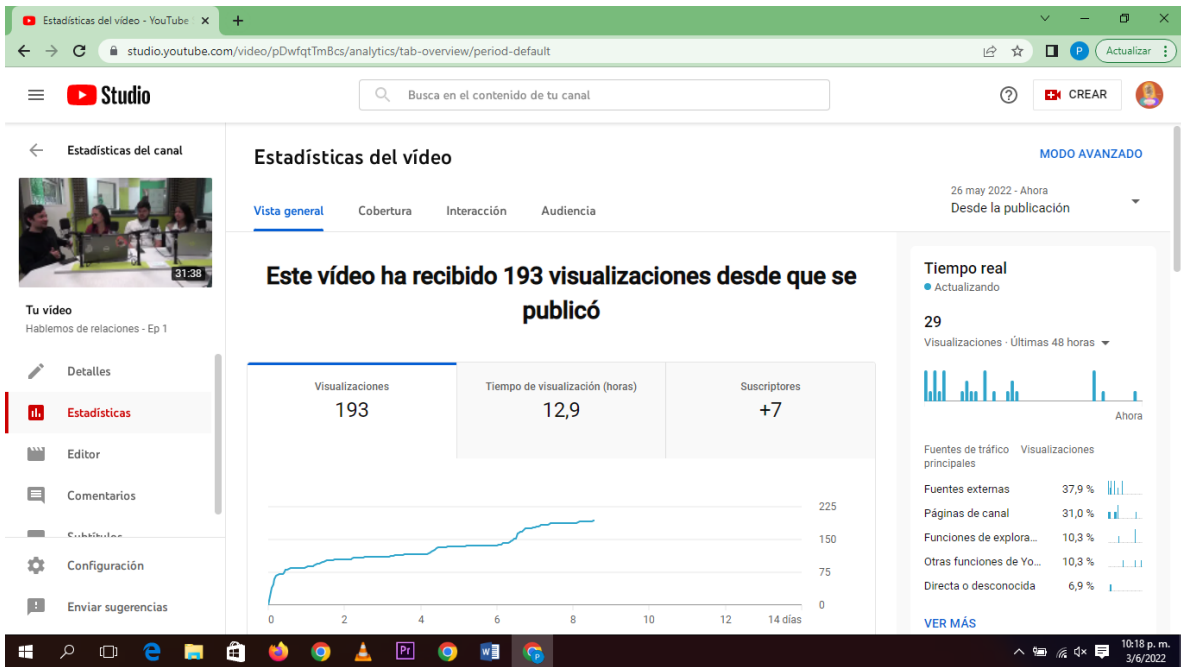
ANÁLISIS DE RESULTADOS



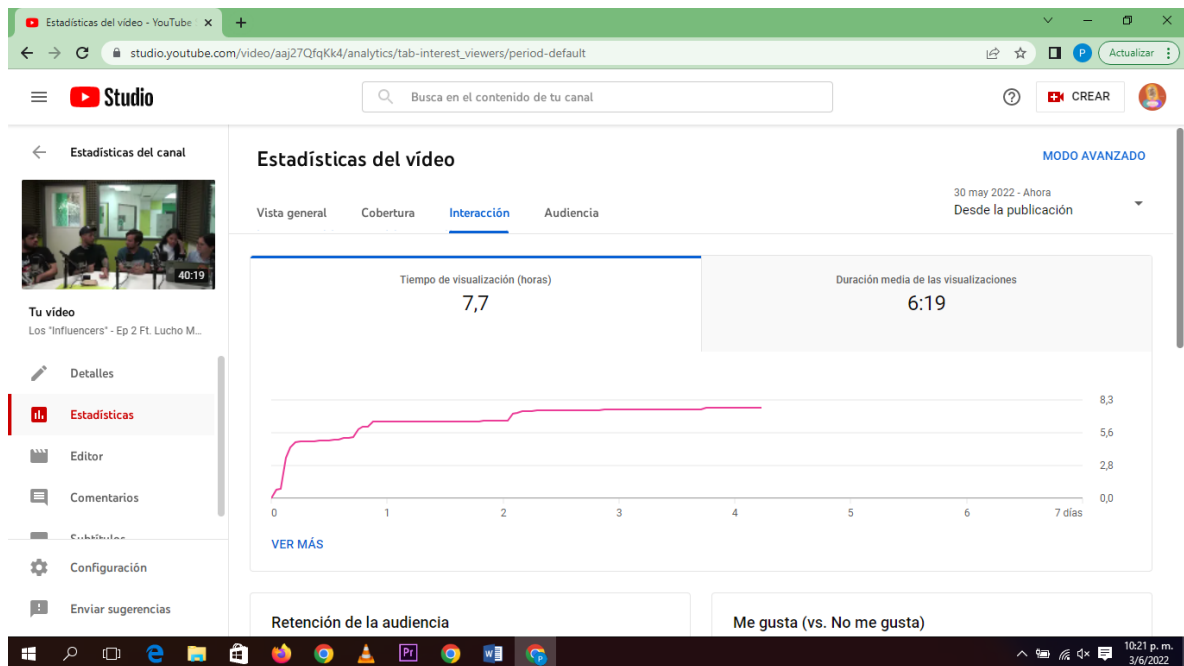
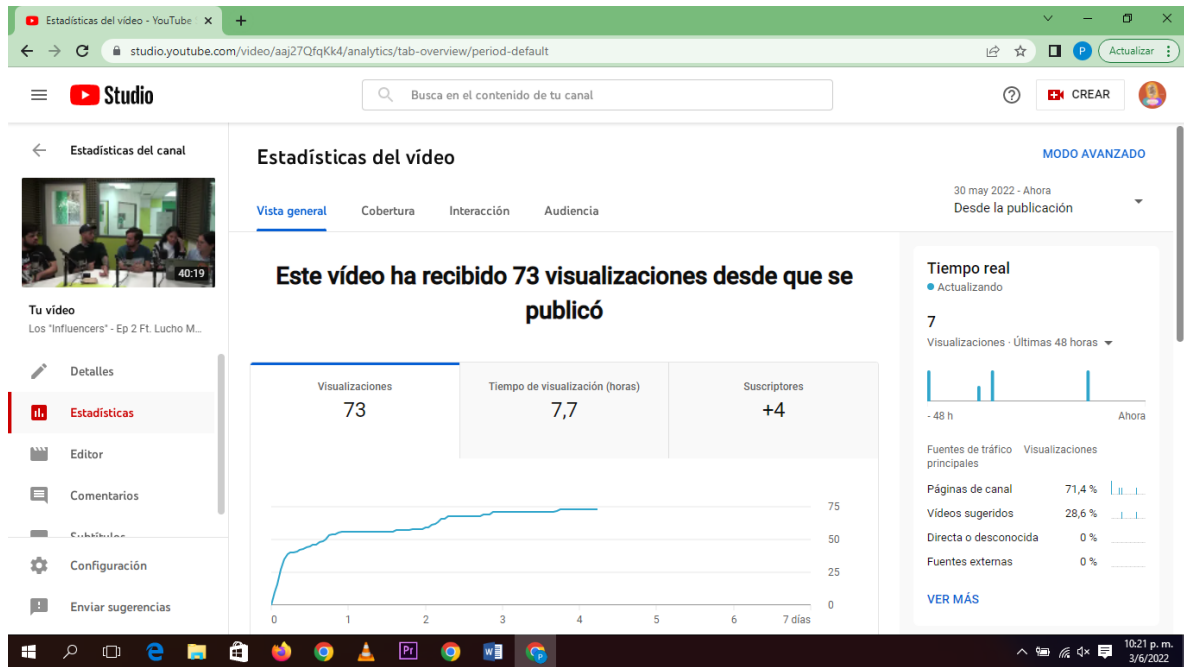
A continuación se muestran las estadísticas del canal, y como se puede apreciar se ha conseguido 301 visualizaciones en los últimos 28 días.



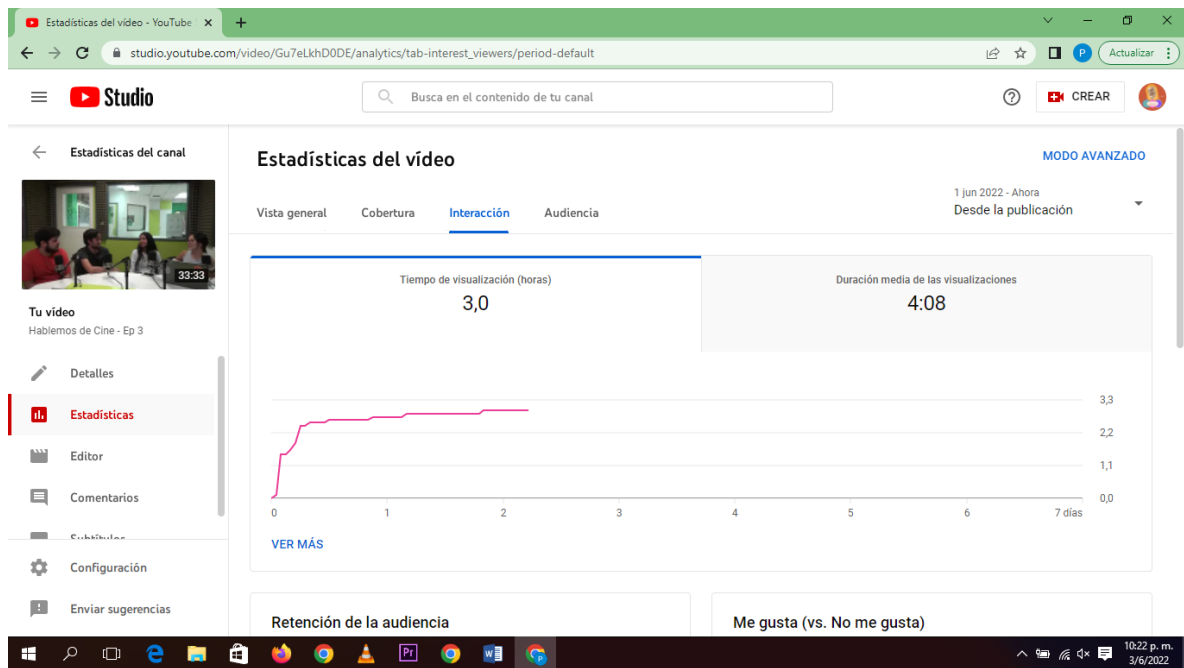
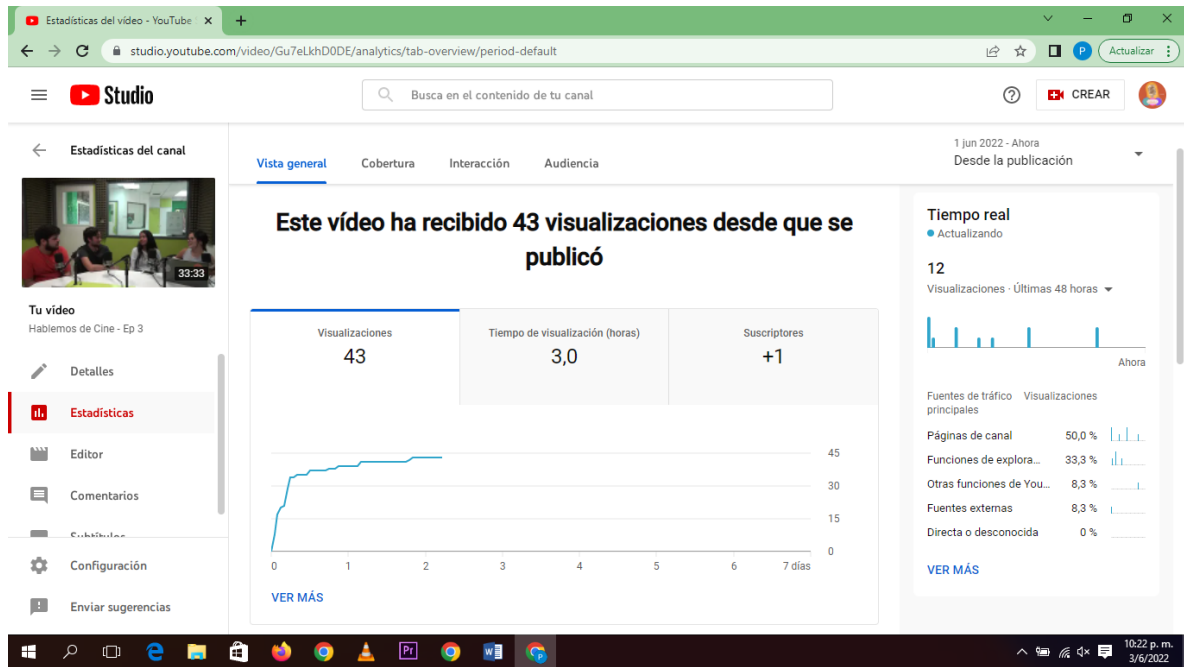
EPISODIO 1: HABLEMOS DE RELACIONES



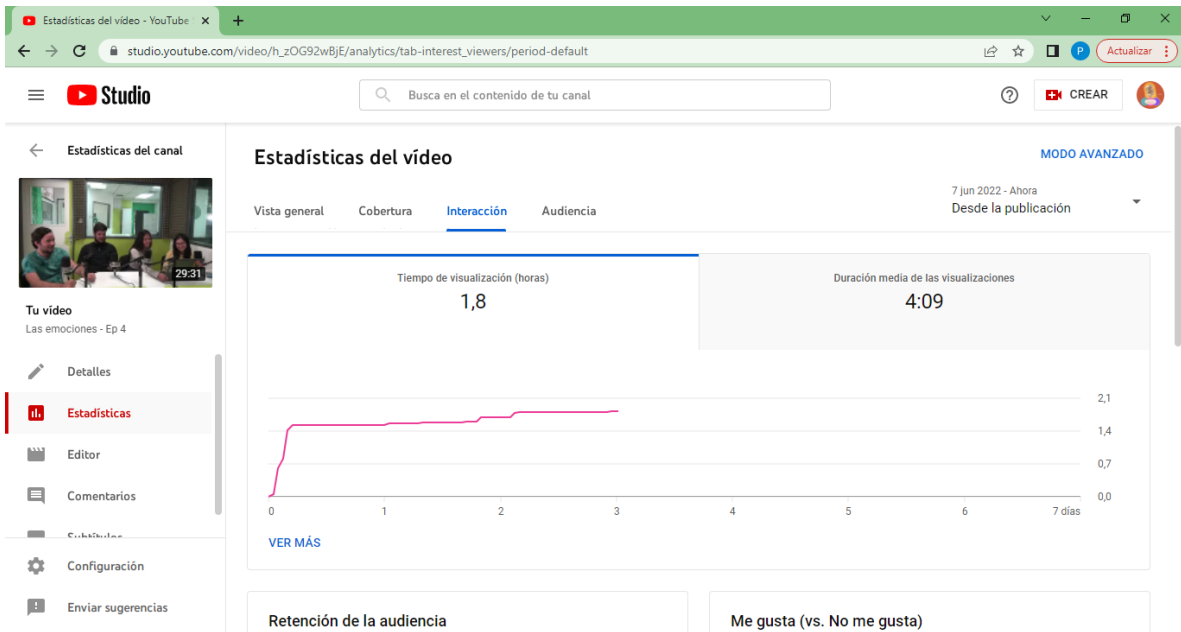
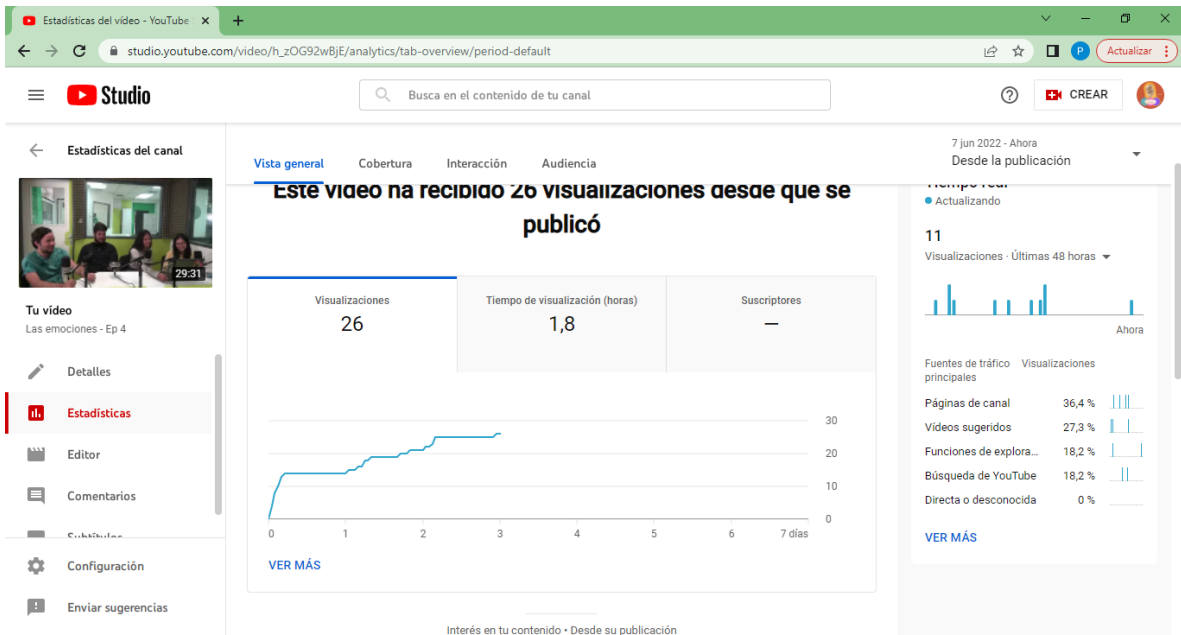
EPISODIO 2: LOS "INFLUENCERS"



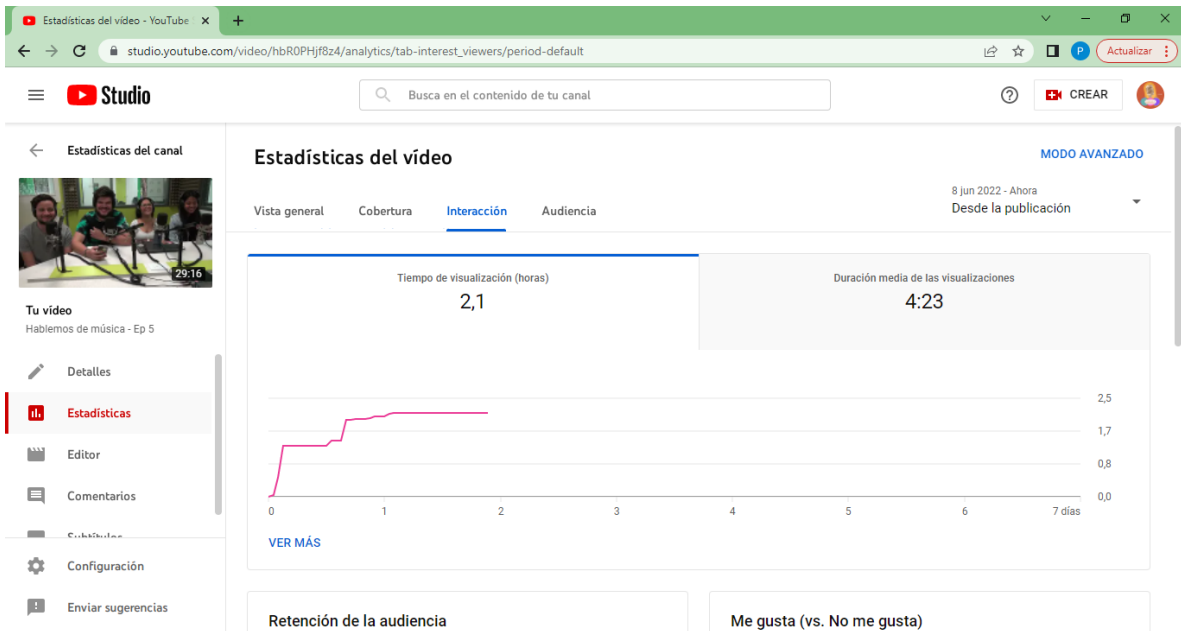
EPISODIO 3: HABLEMOS DE CINE



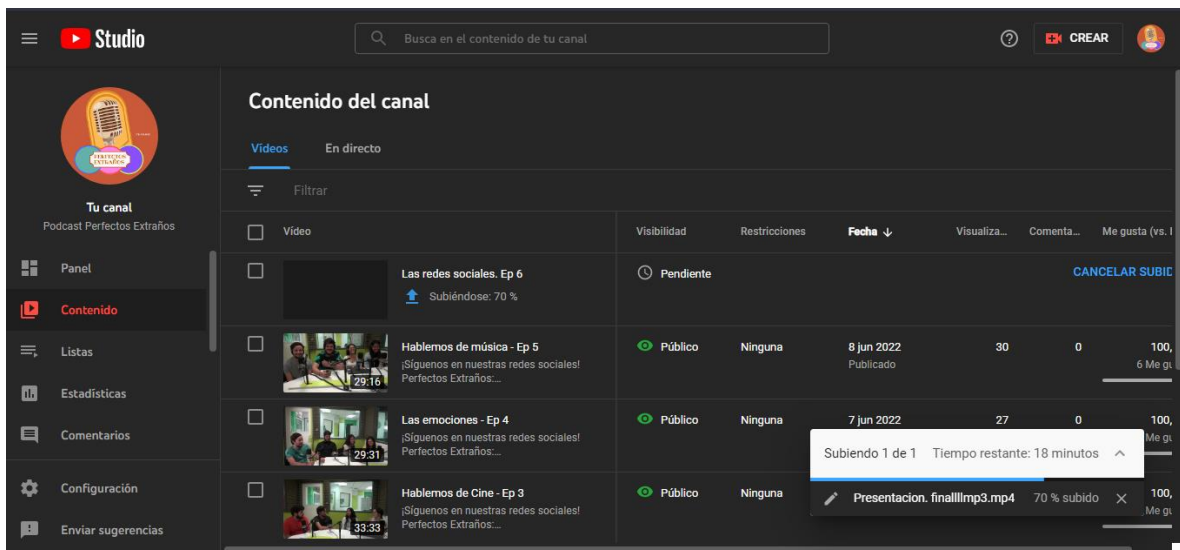
EPISODIO 4: HABLEMOS DE EMOCIONES



EPISODIO 5: HABLEMOS DE MÚSICA



EPISODIO 6: LAS REDES SOCIALES



The screenshot shows the YouTube Studio interface for the channel 'Podcast Perfectos Extraños'. The main content area is titled 'Contenido del canal' and shows a list of videos. The video 'Las redes sociales. Ep 6' is currently being uploaded, with a progress bar at 70%. The video 'Hablemos de música - Ep 5' is published on June 8, 2022, with 30 views and 0 likes. The video 'Las emociones - Ep 4' is published on June 7, 2022, with 27 views and 0 likes. The video 'Hablemos de Cine - Ep 3' is published on June 7, 2022, with 70% upload progress. A notification at the bottom right indicates that the file 'Presentacion_finallimp3.mp4' is 70% uploaded and has 18 minutes remaining.

Video	Visibilidad	Restricciones	Fecha	Visualiza...	Comenta...	Me gusta (vs. l
Las redes sociales. Ep 6	Pendiente					
Hablemos de música - Ep 5	Público	Ninguna	8 jun 2022	30	0	100, 6 Me gu
Las emociones - Ep 4	Público	Ninguna	7 jun 2022	27	0	100, Me gu
Hablemos de Cine - Ep 3	Público	Ninguna				100, Me gu

FASE DE COMUNICACIÓN

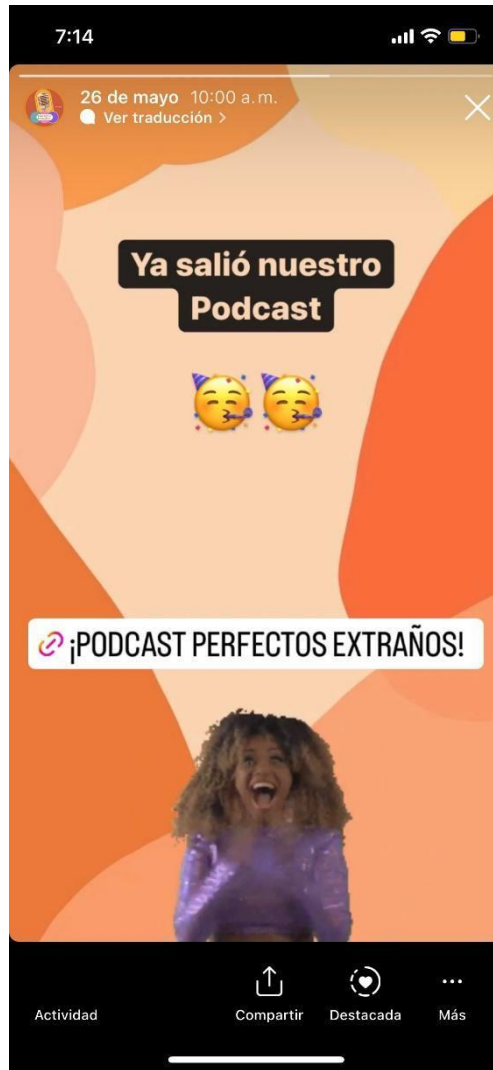
El podcast “Perfectos Extraños” fue anunciado a través de la cuenta de Instagram @perfex_podcast el día 3 de mayo por medio de una publicación en donde se anunciaba los días que faltaban para el primer día de grabación, aunque sin ninguna especificación de la temática a tratar en el programa.



Para la promoción de la cuenta y, por lo tanto, de podcast, se utilizaron dos métodos, los cuales fueron compartir la cuenta de Instagram en las redes sociales de los integrantes (@marialearc, @flaviigarcia01, @anthonyibarrag12, @marcoara00) y mediante el método followback (seguir a una cuenta para que ella haga lo mismo con el fin de que ambas ganen seguidores), donde se seguían cuentas de otros proyectos emergentes para dar a conocer la cuenta. A raíz de esto, la cuenta alcanzó la cifra de 182 seguidores en cuestión de 1 mes.



Además de las publicaciones, la cuenta de Instagram se basó en subir stories con respecto a la grabación de los episodios y los invitados.



Finalmente, la salida del primer episodio fue anunciado el día 24 de mayo a través de la cuenta de Instagram y fue promocionado a través de las cuentas de los integrantes.

Cuenta de Instagram: Perfectos Extraños Podcast

@perfex_podcast



A continuación se puede ver el feed de la cuenta de Instagram del podcast "Perfectos Extraños"

