

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE
LA COMUNICACIÓN**



Universidad de Valladolid

UVa

SE~
GO
VIA

**GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES
PÚBLICAS**

CURSO 2023-2024

PODCAST MAL Y TARDE VOL.III

**(Línea Producción de contenidos en comunicación audiovisual, publicidad y
relaciones públicas)**

LAURA GARCÍA SÁNCHEZ

Tutora académica: Tecla Beatriz González Hortigüela

Cotutor: Jon Dornaletche Ruiz

SEGOVIA, julio de 2024

*A mi madre y a mi padre, gracias por acompañarme
en cada paso que he dado, por creer en mí cuando ni yo misma lo hacía y por
sacrificaros tanto para que hoy pueda estar donde estoy.
Gracias por haberme inculcado el valor del esfuerzo y la perseverancia
para alcanzar mis sueños, esto también es vuestro.
Os quiero.*

RESUMEN

En la última década, los podcasts han emergido revolucionando la manera en que las audiencias consumen contenido. Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) tiene como objetivo desarrollar la creación y producción de la tercera edición del podcast *Mal y Tarde* del Campus María Zambrano de la Universidad de Valladolid. En esta ocasión, nos hemos centrado en la realización de entrevistas a alumnos/as que están llevando a cabo diferentes proyectos profesionales y/o creativos. *Mal y Tarde Vol III* consta de diez capítulos en los cuales hemos tratado de diferenciarlos de las anteriores ediciones introduciendo diferentes secciones, como preguntas de cultura general y algunos juegos de los que surgen divertidas dinámicas.

En esta memoria de trabajo he buscado recoger el proceso de transformación del podcast, las funciones de cada uno de los integrantes, las influencias que nos han ayudado a llevarlo a cabo y, por último, los pasos que hemos seguido para la elaboración del proyecto.

Palabras clave

Podcast, producción, creación, innovación, medios digitales, redes sociales.

ABSTRACT

Over the last decade, podcasts have emerged revolutionizing the way audiences consume content. This Final Degree Project (TFG) aims to develop the creation and production of the third edition of the *Mal y Tarde* podcast of the María Zambrano Campus of the University of Valladolid. On this occasion, we have focused on conducting interviews with students who are carrying out different professional and/or creative projects. *Mal y Tarde Vol III* consists of ten chapters in which we have tried to differentiate them from previous editions by introducing different sections, such as general knowledge questions and some games from which fun dynamics arise.

In this working report I have sought to collect the transformation process of the podcast, the functions of each of the members, the influences that have helped us carry it out and, finally, the steps we have followed to develop the project.

Key Words

Podcast, production, creation, innovation, digital media, social networks.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.	6
2. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS.	8
2.1 Justificación del tema.	8
2.2 Influencias personales.	12
2.3 Objetivos generales y específicos.	14
2.3.1 Objetivos generales.	14
2.3.2 Objetivos específicos.	15
3. MARCO CONTEXTUAL Y CONCEPTUAL.	16
3.1 El podcast como herramienta de comunicación.	16
3.2 Evolución desde el primer programa del Vol.III hasta la actualidad.	18
3.3 Hitos importantes en el desarrollo del programa actual.	25
3.4 Reparto de responsabilidades dentro del grupo.	27
4. LA DINÁMICA DE LAS ENTREVISTAS EN ALGUNOS PODCASTS DE ÉXITO.	30
4.1 Estirando el Chicle.	32
4.2. The Wild Project.	35
4.3 Poco se habla!	38
5. LA DINÁMICA DE LAS ENTREVISTAS EN NUESTRO PODCAST.	41
5.1 Capítulo número 1: ESTAMOS DE VUELTA.	41
5.2. Capítulo 5: MICRODOSIS, La fiesta más diferente de Segovia.	42
5.3 Capítulo 6 : ÁLVARO Y ALBA, fundadores de 27Klub.	44
5.4 Capítulo 7: APOLO FEST, ¿Cómo es dirigir una promotora de fiestas?	46
5.5 Capítulo 8: SESENTAY6, artista independiente nos adelanta su EP.	48
6. CONCLUSIONES.	50
6. 1 Conclusiones sobre la evolución del podcast.	50
6.2 Conclusiones de las entrevistas a lo largo del podcast.	52
6.3 Conclusión final.	54
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	56

1. INTRODUCCIÓN.

En el panorama actual en el que nos encontramos es fundamental realizar una comunicación efectiva además del desarrollo de nuevas dinámicas con el fin de desarrollarnos de manera tanto profesional como personal. Saber comunicar no solo representa la capacidad de poder expresar las ideas de una manera clara, sino que también implica la importancia de saber escuchar a los demás. En un mundo tan globalizado como en el que nos encontramos, existen una gran diversidad de perspectivas que influyen en la manera en la que nos comunicamos e interactuamos con el resto.

Si hemos decidido realizar un podcast como Trabajo de Fin de Grado¹ es debido a nuestro interés por tener la oportunidad de abordar diferentes metodologías de aprendizaje para desarrollar proyectos que podemos moldear con total libertad y en los que podemos hacer uso de las nuevas tecnologías, ya que hoy en día son una parte fundamental en nuestras vidas y están en continuo desarrollo. Crear un producto audiovisual que forme parte de cada uno de nosotros también ha sido uno de los detonantes para la realización del proyecto.

Después de los cuatro años de carrera universitaria, la realización de este podcast como trabajo final era una oportunidad que no queríamos dejar escapar. Tener la posibilidad de realizar el Trabajo de Fin de Grado entre amigos, de crecer juntos y de demostrar las habilidades comunicativas que habíamos adquirido a lo largo de la carrera, ha sido un pilar fundamental para aumentar nuestra motivación en cada capítulo.

Además, hemos tenido la gran suerte de poder desarrollar el podcast con total libertad, tanto en el diseño y el formato del programa como en los contenidos. Durante todos estos meses de trabajo detrás y delante de las cámaras hemos intentado impulsar y estimular distintas aptitudes desde diferentes ámbitos como son la comunicación, la búsqueda de información, el diseño y la organización, entre otros muchos.

¹ En este enlace del drive se pueden ver todos los capítulos de *Mal y Tarde Vol.III* así como el resumen de los mejores momentos del programa.

https://drive.google.com/drive/folders/1sHt33QbD4r_IzD654uTc5rxypGBBt33j?usp=sharing

Gran parte de los trabajos que hemos realizado a lo largo de la carrera han sido casos supuestos; sin embargo, en esta ocasión hemos tenido la oportunidad de llevar a cabo un proyecto real y ajustarlo a los requerimientos que nos íbamos encontrando. Hacer que el proyecto adquiriera “vida propia” nos ha ayudado ya no solo a una realización del trabajo más precisa, sino a tener que aprender a adaptarnos en función de las circunstancias que han ido apareciendo por el camino.

El podcast de *Mal y Tarde* nos ha dado la oportunidad de aportar nuestro grano de arena en cada capítulo y de tener el privilegio de contribuir en el desarrollo de este proyecto universitario. Por normal general, cuando se entrega un trabajo académico ya no existe ninguna posibilidad de realizar modificaciones. Sin embargo, en este proyecto hemos tenido la posibilidad de adquirir un aprendizaje de manera continuada. El hecho de entregar cada capítulo y subirlo a la red, no garantizaba el interés de la audiencia por el podcast, por lo que hemos tenido que reinventarnos constantemente, evitar frustraciones innecesarias por falta de visualizaciones y fortalecer nuestras relaciones interpersonales para futuros desafíos.

El formato de podcast proporciona la posibilidad de poder compartir conocimientos de una manera accesible y dinámica. Gracias a las entrevistas realizadas, este proyecto no solo busca ofrecer visibilidad a los entrevistados, sino que también puede generar un gran impacto entre la población universitaria. Las entrevistas presentan distintos perfiles de invitados y proporcionan una gran variedad de perspectivas tanto en los entornos personales como profesionales. Asimismo, el formato de podcast, permite un fácil acceso de contenido a cualquier persona en cualquier momento y lugar, por lo que facilita aún más su consumo.

Por lo tanto, este proyecto no sólo sirve para la realización de un trabajo académico, sino que ha contribuido a desarrollar nuestras habilidades en un caso real. Cuando se realiza un trabajo académico sobre un supuesto práctico, solo se recibe el *feedback* por parte del profesor, por lo que el desarrollo del proyecto puede estar bien realizado, pero no tienes la posibilidad de vivir en primera persona cómo sería que ese trabajo saliese a la luz. Sin embargo, en este caso, la realización del podcast *Mal y Tarde* nos ha permitido tener un *feedback* constante y ver la evolución del proyecto en la vida real. Al ser las caras visibles y los creadores de esta edición, teníamos una responsabilidad

mucho mayor, debíamos de escuchar de manera activa a la audiencia, ser autocríticos y ser conscientes de que las ideas que muchas veces teníamos en la cabeza debían de hacerse mediante un consenso entre los cuatro integrantes del grupo. Además, muchas veces cuando conseguimos el resultado final, no tenía la repercusión que esperábamos.

2. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS.

2.1 Justificación del tema.

En una sociedad tan globalizada y con un ambiente laboral que se encuentra en constante cambio, debemos estar preparados para enfrentarnos a todo tipo de desafíos. Todo ello supone una adaptación continua y una comprensión constante del mundo en el que nos encontramos.

La necesidad de enfocar el podcast hacia temas relacionados con el mundo laboral se justifica por la importancia de proporcionar a la comunidad universitaria una visión distinta, más cercana, generarles las herramientas necesarias para acercarse al mundo laboral y llevar a cabo reflexiones que igual no se habían planteado anteriormente.

Mal y Tarde es un programa basado fundamentalmente en entrevistas en el que queremos dar voz a jóvenes emprendedores que se han arriesgado a pesar de las adversidades y han luchado por lo que han querido. La gente joven es el mayor sector de la población que consume redes sociales, por ello, desde el programa queremos dar ese “empujón” que algunas personas necesitan y hacerles ver que el hecho de no tener los medios suficientes como contactos, dinero, herramientas, etc., no son un impedimento para intentar conseguir lo que desean.

El hecho de que nuestros invitados pertenezcan a un sector joven de la población no es casualidad. Queremos que nuestro público se sienta identificado con esa franja de edad, con esa falta de medios y de oportunidades y con ese exceso de competencia en la gran parte de los sectores. Queremos que ese público que, por lo general, apenas tiene experiencia laboral, pueda tener al alcance de su mano distintas vivencias desde puntos de vista muy diferentes y que les sirva para que en un futuro puedan manejar esa información de la manera que quieran.

Cabe destacar la existencia de este podcast como proyecto universitario previo. Este es el tercer volumen del podcast de *Mal y Tarde*, por lo que los podcasts de otros años también nos han servido de inspiración para la realización de esta edición. La suerte de conocer a algunos de los integrantes de los volúmenes anteriores y disponer de sugerencias, consejos y referencias, nos supuso poder jugar con un abanico mucho más amplio sobre cómo lo queríamos enfocar. Gracias a ello, nació la idea de que queríamos centrarnos en entrevistas y en que también había llegado la hora de cambiar por completo la identidad visual corporativa. Queríamos aportar un toque más moderno y renovado y, por ello, optamos por una tipografía desenfadada y los colores azul y rojo. El color azul se asocia a la amistad, la lealtad y la confianza, entre otros, y el color rojo con la ambición, el poder y el amor. Por ello, con la combinación de estos colores, queríamos transmitir nuestra esencia, mostrándonos leales y cercanos, pero a la vez, fuertes y ambiciosos.

Figura 1.

Logo de Mal y Tarde Vol.III.



Nota: Logo rediseñado de Mal y Tarde para el tercer volumen.

Fuente: Elaboración propia.

El podcast va dirigido a un público joven generalmente perteneciente al grupo estudiantil. Como he mencionado anteriormente, este target no tiene un largo recorrido en el mundo laboral. Esto supone que tengan una desventaja en cuanto a gente que sí

que tiene ese recorrido como puede ser la falta de experiencia. La posibilidad de que una persona, ya sea músico, diseñador, organizador de eventos, creador de contenido, etc., se siente en un programa como este y muestre su opinión sobre temas relacionados con su trabajo es fundamental para la difusión del podcast. Poder llevar a un invitado que aporte una perspectiva que por lo general va a estar más formada en ese aspecto que la del espectador y que cuente sus experiencias más personales, hace que independientemente de que el espectador sea consciente o no, crezca en él la posibilidad de adquirir conocimientos y expectativas laborales.

La elección del tema y el formato se han llevado a cabo a través de un proceso de reflexión de otros tipos de podcast que cada uno de los integrantes del grupo conocíamos. A partir de ahí, decidimos hacer un análisis en detalle de cada uno de ellos y buscar los puntos fuertes. Nos dimos cuenta de que los podcasts que más se acercaban a nosotros, ya que éramos el público al que nos queríamos dirigir, estaban basados en la realización de entrevistas sin ningún tipo de filtro. Nos interesaban podcasts en los que se hablase con naturalidad, los que se semejaban a charlas entre amigos, los que trataban temas relevantes pero que también tenían ese toque de humor para transmitir cercanía. Ninguno de nosotros estaba interesado en un podcast formal, en el que no hubiese toques de humor o en el que simplemente se viese una entrevista. No queríamos un podcast en el que se tratase a la gente como si estuviésemos en una entrevista con una estructura formal de la televisión. Nuestro público está saturado de información constantemente, por lo que buscábamos que pudiesen adquirir información sobre diferentes temas de una manera más fresca y divertida.

Además, uno de los puntos que también analizamos fue la complicidad que existían entre los presentadores de los podcasts que tenían una gran repercusión mediática. En todos ellos, se podía ver una química indudable, por lo que la realización de este formato nos iba a permitir seguir charlando como lo hacíamos antes, debatiendo sobre temas e incluso cuestionándonos algunos de ellos. Desde que nos conocimos en primero de carrera, ha sido algo recurrente entre nosotros debatir sobre distintos temas, ya que en algunos de ellos no tenemos los mismos puntos de vista y creencias. Sin embargo, siempre hemos sabido discutir, cuestionarnos y escucharnos. Por ello, este formato era una manera de explotar todo lo que llevábamos haciendo sin darnos cuenta estos cuatro

años de carrera, la única diferencia iba a ser que esta vez lo haríamos delante de una cámara.

Asimismo, la elección de un formato de entrevistas se basa en la capacidad de crear un ambiente en el que la conversación pueda fluir con normalidad y que los entrevistados compartan sus ideas, experiencias y conocimientos con los entrevistadores y la audiencia. Por ello, con todo este proceso, queríamos crear un ambiente familiar, en el que se abordaran temas de manera profunda, pero en el que también se debatiese y se expresase las distintas ideas con total libertad, creando un ambiente dinámico y flexible que pudiese cubrir tanto las necesidades del entrevistado como de la audiencia.

Las entrevistas proporcionan un altavoz para contar a la audiencia tanto experiencias aprendidas, como desafíos superados, problemas encontrados y consejos para conseguir un mayor éxito profesional. Todos estos testimonios no solo proporcionan un contenido enriquecedor al programa, sino que también brindan la oportunidad de ver diferentes enfoques profesionales, creando así un sentido de pertenencia entre los estudiantes, en el que pueden obtener inspiración para luchar y conseguir la motivación necesaria para alcanzar sus propios objetivos personales y profesionales.

En cuanto a la estructura de las entrevistas que componen el podcast, estas están realizadas a una o varias personas. Cada capítulo se centra en distintos temas en función de los invitados que tengamos. Las preguntas, por lo general, siguen un guion que hemos preparado previamente a través de una investigación tanto del entrevistado como de los temas que vamos a tratar. Sin embargo, en cada capítulo siempre surgen preguntas nuevas a medida que transcurre la entrevista, por lo que no siempre seguimos las preguntas del guion. La mayoría de los capítulos tienen una duración aproximada de entre 25 y 35 minutos, sin embargo, hay algunos programas en los que las conversaciones surgen con mayor naturalidad y los temas fluyen sin cesar, lo que hacen que esos capítulos puedan durar más de lo normal.

El formato de podcast ofrece una serie de ventajas que otros formatos no tienen. Proporciona una mayor flexibilidad a la audiencia ya que este formato permite adaptarse a la demanda y necesidades de esta, dejando a libre elección la hora y el lugar en el que se quiere consumir. Por ello, este formato se adapta a las preferencias individuales de

consumo de la audiencia. Además, la fácil distribución del podcast en las redes sociales permite borrar cualquier tipo de barrera en la vida de la audiencia, por lo que facilita la difusión y crea un impacto mayor.

2.2 Influencias personales.

A nivel personal, desde que comencé a escuchar podcasts, he encontrado una fuente constante de inspiración y entretenimiento. La gran amplitud de temas tratados en algunos de ellos me ha permitido desarrollarme en algunas áreas en las que previamente tenía gran interés y despertar mi curiosidad por otras que, en un principio, no me habían llamado tanto la atención. Dependiendo del tipo de contenido en el que esté enfocado el podcast, puedes tener la oportunidad de sumergirte en diferentes temas y expandir tus conocimientos en distintas áreas escuchando una gran variedad de puntos de vista y experiencias.

Considero que uno de los aspectos más relevantes de los podcasts es su capacidad para poder profundizar en una gran variedad de temas. Mediante entrevistas y debates, se abren nuevas perspectivas y cuestiones a través de las cuales el espectador puede hacer una reflexión mucho más crítica de los temas que se están hablando. Este enfoque puede proporcionar una nueva ventana que antes estaba fuera del alcance de muchas personas.

Los podcasts también juegan un papel significativo en la vida de las personas, en cuanto a su desarrollo personal y profesional, proporcionándoles el acceso a numerosas historias, anécdotas, opiniones, etc. Cuando se trata de entrevistas a líderes de opinión o personas exitosas pueden ser una manera de motivar a la gente hacia un crecimiento personal mayor, ver cómo alguien que ha pertenecido a un sector muy parecido al tuyo es capaz de conseguir las metas con las que siempre has soñado, ayuda a incentivar esa motivación y querer seguir sus mismos pasos.

También es importante reconocer la importancia de ser crítico y selectivo a la hora de consumir los distintos tipos de podcast que existen. Los podcasts están en su máximo crecimiento, por lo que no todos los contenidos son igual de fiables y valiosos. Es fundamental poder realizar una crítica y analizarlos en algunos casos buscando fuentes fiables para saber de dónde se ha obtenido la información y poder comprobar su veracidad.

En cuanto a las influencias personales que he tenido a lo largo de estos dos años, empezaré mencionando los podcast de información y de entrevistas. Así, por ejemplo, podría citar el caso de *The Wild Project* (del cual hablaré más a fondo en el punto 4.2.). Uno de los programas que más interés me generó, fue el episodio número 179 en el que se entrevistaba a Carlos Páez, superviviente de los Andes. A lo largo de todo el programa, se cuentan anécdotas y detalles que te evaden de lo demás y te mantienen pendiente de todo lo que se habla a lo largo de la entrevista. Tener la posibilidad de escuchar una entrevista sobre un acontecimiento tan importante y trágico como fue el accidente de los Andes, y poder escucharlo narrado en primera persona lo considero un privilegio. Escuchar todas las anécdotas que sucedieron, y ya no solo eso, sino poder ver los sentimientos y emociones que experimentó esa persona a lo largo de toda esa trágica historia es una forma de comunicación que te abre una nueva manera de transmitir sensaciones que los libros en algunas ocasiones no pueden hacer. No pueden mostrarte las expresiones reales de esa persona, la iluminación de su mirada al abrir esos recuerdos o sus silencios y cambios de voz cuando habla de momentos en los que se puede ver sin apenas decirlo el sufrimiento que vivió.

Asimismo, es necesario destacar la influencia de los podcast de entrevistas con un toque de humor y diversión, ya que es el tipo de enfoque que más se ajusta a lo que queríamos conseguir con *Mal y Tarde Vol.III*. Un podcast que sigue muy bien esta estructura es *Poco se habla!* (del cual también hablaré más a fondo en el punto 4.2). Uno de los episodios que me gustaría mencionar, es el 2x01 “¿Está sobrevalorado el periodismo?”, en el que se realiza una entrevista a Jorge Javier Vázquez. A lo largo del episodio, se tratan diferentes temas con un tono de humor. Se habla sobre el mundo televisivo, pero alternándolo con bromas y momentos de humor además de con otros temas que van surgiendo a medida que la entrevista se desarrolla. Este tipo de formato proporciona el entretenimiento perfecto para querer desconectar y pasar un rato agradable sin saturarse de un mismo tema. Estos programas juegan con el factor sorpresa al no saber en qué van a derivar esas conversaciones. Siempre puedes tener una idea de qué temas se van a tratar dependiendo del invitado que acuda ese día, pero no sabes con qué bromas o qué otros temas pueden salir de cada conversación. Creo que en este tipo de programas es muy importante los dotes comunicativos y persuasivos de los presentadores y la

comodidad del entrevistado, ya que es muy difícil que las conversaciones fluyan y que surjan nuevos temas si el invitado no se siente a gusto y si los presentadores no tienen la capacidad suficiente para hacer las bromas adecuadas, sin que resulten incómodas.

Considero que los podcasts de hoy en día son una herramienta que puedes consumir en cualquier lugar y momento, adaptándose a tus circunstancias y dándote la posibilidad de ver fragmentos o partes de tu interés. Pueden contribuir a la educación, la inspiración o motivación, el desarrollo personal y la conexión humana a través de las pantallas. A medida que sigamos avanzando en el desarrollo digital, los podcasts seguirán teniendo un importante papel a la hora de proporcionarnos un entretenimiento y ofrecer una visión mucho más diversa de las opiniones, experiencias y valoraciones que existen en la actualidad.

2.3 Objetivos generales y específicos.

Los objetivos de este trabajo están organizados y diseñados para poder estructurar todas las etapas del proceso, desde la idea principal y la ejecución hasta la evaluación del podcast. Todos estos objetivos reflejan tanto la visión como la misión de este trabajo, así como los valores que se quieren llegar a transmitir en forma de aprendizaje y reflexión.

A continuación, aparecen de manera más detallada los objetivos generales y específicos del proyecto.

2.3.1 Objetivos generales.

El objetivo general es la creación de un podcast centrado en entrevistas y dirigido a un público universitario.

El fin principal es la creación del podcast. En él queremos que la audiencia pueda nutrirse de las experiencias y aprendizajes de cada uno de los invitados, con el fin de crear diferentes perspectivas sobre los jóvenes emprendedores. Además, buscamos crear un ambiente cómodo, dinámico y reflexivo en el que tanto la audiencia como los entrevistados puedan pasar un rato agradable y disfrutar.

2.3.2 Objetivos específicos.

1. Elaboración de un guion adecuado para realizar una buena entrevista.

- La investigación de temas relacionados con los entrevistados con el fin de garantizar una entrevista de calidad.
- La preparación minuciosa de los guiones, la creación y el desarrollo de preguntas clave que puedan despertar el interés de la audiencia y permitan al entrevistado compartir sus experiencias de una manera más cercana.

2. La entrevista a una gran diversidad de invitados para compartir distintas experiencias de sus ámbitos laborales.

- Se busca entrevistar a distintos tipos de invitados que puedan contar su experiencia en diferentes sectores del mundo laboral, lo cual enriquecerá el contenido del podcast, proporcionando una gran diversidad de opiniones y consejos que ayudarán a la audiencia.

3. La búsqueda de un *feedback*, fomentando la participación activa de la audiencia a través de distintas plataformas y canales de comunicación.

- La participación de la audiencia en distintas redes sociales, como respuestas a distintos contenidos en redes, likes en contenidos, etc. Esta participación fomenta la recopilación de distintos comentarios, intereses y preferencias por parte de la audiencia y permite la elaboración de programas en los que se tenga en cuenta el interés del público y se pueda crear episodios relevantes y de utilidad para los espectadores.

4. Hacer un análisis de los intereses de la audiencia a través de likes y comentarios.

- Se busca llevar un seguimiento del podcast mediante la interacción con la audiencia. El análisis de sus likes, sus comentarios y sus visualizaciones ayuda a crear contenido para los futuros episodios. Asimismo, permite realizar diferentes ajustes y estrategias para adaptarnos a las preferencias de la audiencia y difundir el contenido a través de las distintas plataformas con un mayor alcance.

5. La promoción de los proyectos y experiencias personales de los entrevistados.

- Se pretende promover los proyectos personales de los entrevistados y dar voz a sus experiencias laborales.
- Crear un lugar en el que puedan dar visibilidad a sus negocios y potenciar su crecimiento a la vez que promueven un espíritu emprendedor.

3. MARCO CONTEXTUAL Y CONCEPTUAL.

3.1 El podcast como herramienta de comunicación.

En la actualidad, la sociedad se encuentra inmersa en un mundo en el cual las redes sociales presentan una posición muy importante. A través de ellas, los usuarios buscan satisfacer sus necesidades de información y de entretenimiento, generando además un contacto directo entre ellos (Blanco et al., 2013).

En este contexto digital, aparecen los podcast que pueden definirse como:

Un archivo de audio digital, normalmente en formato Mp3, que cualquier persona puede crear para su posterior colocación en la web, quedando así accesible a todo el público. Es un formato que permite la sindicación de archivos de sonido, con un sistema RSS, que admite suscripción y descarga de forma automática y periódica.

El término sindicación significa que no es necesario visitar otra página web individualmente para escuchar el mensaje, ya que la descarga se realiza directamente en el ordenador (Blanco, 2012; citado en Blanco et al., 2013).

Además, la evolución de la Web 2.0 ha introducido nuevas formas de comunicación en línea (Warschauer & Grimes, 2007; citado en Santiago y Bárcena, 2016). Esta Web se centra en diferentes aplicaciones enfocadas en blogs, redes sociales y el podcasting, y permite a los usuarios participar en la creación de contenido en vez de ser meros espectadores (Anderson, 2007; citado en Santiago y Bárcena, 2016). Esto también abre diferentes oportunidades educativas a nivel mundial y fomenta su uso entre los profesores y estudiantes (Santiago & Navaridas, 2012, citado en Santiago y Bárcena, 2016).

El podcasting también se puede utilizar como herramienta que ayuda a fomentar distintos temas educativos y formativos; de hecho, se ha convertido en una herramienta más al alcance de los docentes con la que pueden trabajar y que supone una nueva metodología de aprendizaje (Saborío, 2018). Asimismo la incorporación de audios en contenido multimedia genera numerosas ventajas, como la creación de una mayor conexión entre el usuario y el equipo, la posibilidad de crear un mayor interés e implicación del usuario y la adaptación de este en su forma de instruir de manera personalizada (Cabero y Gisbert, 2014, citado en Saborío, 2018).

La utilización de los podcast en el ámbito académico también se ha relacionado con un mayor interés por parte de los alumnos en las materias y la estimulación de su creatividad (Piñero-Otero y Costa, 2011).

Los podcast facilitan el proceso de enseñanza-aprendizaje a estos «nacidos digitales»¹, entre los que se encuentran las nuevas generaciones de estudiantes universitarios. No obstante, este dominio de la tecnología presumido en los llamados «nativos digitales», no necesariamente está vinculado a la familiarización y asimilación de contenidos educativos en formato podcast (Piñero-Otero y Costa, 2011).

El podcasting aparece así pues como una poderosa herramienta de comunicación. Los medios de masas deben de saber adaptarse a la nueva era digital y reinventarse. Esta nueva era supone la expansión de medios mucho más allá de lo que hemos conocido hasta ahora y plantea la posibilidad de abrir nuevas oportunidades (Moreno y Román, 2019).

Es posible que el podcasting aún no sea un medio de mercado masivo, pero su perfil de audiencia es extremadamente interesante para los editores y los anunciantes. Los oyentes tienden a ser más ricos, mejor educados y, lo que es más importante, mucho más jóvenes (Newman, 2023 citado en Martínez et al.,2023).

Además, los grandes avances en la tecnología han supuesto que también evolucionen los equipos necesarios para la producción de estos programas. Esto ha permitido a personas ingeniosas tener la posibilidad de que con un simple teléfono móvil puedan crear contenido de calidad sin la necesidad de grandes infraestructuras (Moreno y Román, 2019).

Mucha gente puede pensar que los medios tradicionales deben de seguir la estructura que tenían antes y no adaptarse porque perderían su esencia. Sin embargo, desde mi perspectiva, considero que la gente joven es el futuro de la sociedad y que hay que saber adaptarse a sus necesidades, ya que, si esto no se hace, podría suponer la disminución de consumo de algunos medios.

3.2 Evolución desde el primer programa del Vol.III hasta la actualidad.

Desde el inicio, nuestro podcast ha ido evolucionando a medida que hemos ido publicando capítulos y nos hemos adaptado a los intereses y comentarios de la audiencia. En los primeros capítulos, la estructura del podcast contenía conversaciones en las que se notaba tanto la falta de fluidez como de práctica, y el hecho de ser nuevos en esto, ocasionaba a veces una dificultad para expresarnos con naturalidad. Los silencios incómodos, la falta de fluidez, el miedo a ser demasiado transparentes, la incertidumbre de no saber si seremos capaces de hacerlo o no, han sido obstáculos que

hemos ido superando en cada capítulo. Cada uno de ellos, nos han servido para poder nutrirnos de información acerca de diversos temas, desde la investigación de lo que vamos a hablar, hasta la visualización de ejemplos de cómo se expresa o actúa la gente en otros programas de podcast similares al nuestro.

En un primer momento, nos enfocamos en preguntas que creíamos que podrían ser de interés para la audiencia, sin embargo, a medida que iban avanzando los capítulos y las publicaciones, empezamos a escuchar sugerencias de nuestros compañeros, con los que, gracias a sus aportaciones, llegamos a la conclusión de que nuestra audiencia quería ver un contenido mucho más cercano, en el que se abarcasen una gran variedad de preguntas y con una gran cantidad de invitados. Esta decisión nos dio la oportunidad de poder explorar diferentes campos, debido a que antes de cada entrevista había que hacer un trabajo de búsqueda de información tanto del invitado como del ámbito al que se dedicaba. Esta búsqueda nos permitió enriquecer todas nuestras conversaciones y obtener una perspectiva más amplia sobre los temas tratados. Todo ello, se iba reflejando en la fluidez de las conversaciones a medida que los capítulos avanzaban.

Otro de los cambios más significativos que se han experimentado a lo largo de los capítulos ha sido la manera de interactuar con la audiencia. En los primeros capítulos teníamos una comunicación mucho más unidireccional, en la que éramos nosotros lo que hablábamos y los espectadores escuchaban. Con el tiempo, decidimos utilizar las redes sociales como medio de comunicación con la audiencia para recibir una retroalimentación a medida que se subía cada capítulo, lo cual nos permitió realizar un contenido que generase más interés en nuestros espectadores.

Con el fin de realizar un contenido más divertido y aumentar aún más el interés de la audiencia, decidimos introducir distintas secciones de preguntas típicas del programa como “¿Qué preferirías?” o “¿A qué animal serías capaz de ganar?”. Estas preguntas resultaron muy virales en las redes sociales y proporcionaron al podcast un estilo más cercano y jocosos. Nos dimos cuenta de que realmente estas preguntas conseguían lo que estábamos buscando desde un principio, que era enganchar al espectador y crear esa conexión. Recibimos un buen *feedback* por parte de nuestros seguidores, de hecho, alguno de nuestros fragmentos de video subido a las redes sociales alcanzó más de 22.000 visualizaciones. Por ello, a medida que pasaban los capítulos, decidimos añadir

una sección de preguntas que se llamaría “preguntas de cultura general” aumentando así aún más el dinamismo. Estas preguntas, generaron momentos de tensión y diversión antes de los programas, ya que los invitados mostraban su nerviosismo y nos pedían por favor que las preguntas que hiciésemos no fuesen muy difíciles. En ese momento, nos dimos cuenta de que la mejor opción era no decirles qué clase de preguntas de cultura general les íbamos a realizar porque así se iban a mostrar más nerviosos y eso podría mostrar más naturalidad.

En cuanto a la técnica de realización, el podcast ha ido evolucionando constantemente. Utilizamos los mejores equipos de grabación tanto de la Universidad de Valladolid como propios. Nos hemos preocupado mucho por cómo cuadrar los planos, por un sonido limpio, por una iluminación adecuada, por saber dónde y cómo colocar los micros y las cámaras para conseguir la idea que estábamos buscando; pero sobre todo porque queríamos transmitir una realización profesional, en la que el espectador pudiese disfrutar de una experiencia auditiva y visual de calidad y en la que nosotros disfrutásemos y nos sintiésemos orgullosos del trabajo realizado.

Respecto al lugar en el que se grababa, en un principio se utilizó una de las salas de grabación que la universidad nos proporcionaba. Sin embargo, al hacer un análisis de los programas y hacer una escucha de la audiencia, una de las transformaciones más significativas ha sido el cambio de lugar de grabación. Buscábamos un ambiente más íntimo y el lugar de grabación de la universidad no era lo que queríamos, las paredes transmitían frialdad, apenas había decoración y sentíamos que el hecho de estar con los micrófonos de mesa aumentaba aún más la distancia con el espectador. Por ello, decidimos trasladar todo el set de rodaje al salón de nuestra propia casa. Queríamos que el podcast se sintiese como una charla entre amigos, por lo que decidimos grabar sentados en los sofás como si se tratase de un día más en casa juntos. Los días de grabación cambiábamos la distribución del salón por completo, ya que buscábamos darle un toque de familiaridad y cercanía. No conformes con eso, una vez avanzados algunos capítulos, decidimos comprar algunos accesorios como un panel en el que se podía ver el nombre del programa además de algunas decoraciones extras que teníamos por casa y luces led que decidimos colocar en la parte trasera de los sofás para aportar un toque de calidez.

En conclusión, a lo largo de todos los capítulos hemos buscado aprender y mejorar, escuchando a la audiencia, preguntando a nuestros amigos, familiares y profesores. Nos hemos adaptado a todas las sugerencias recibidas y hemos realizado varias lluvias de ideas para poder mejorar y buscar ideas más innovadoras. Cada capítulo ha sido una oportunidad de crecer, ya no solo en los temas que íbamos a tratar sino en nuestra manera de comunicarnos. La evolución de este podcast nos ha demostrado que es muy importante ser constante y que muchas veces los “planes” cambian y hay que saber adaptarse a las circunstancias y a las demandas de la audiencia.

Figura 2.

Publicación de Historia de Instagram.

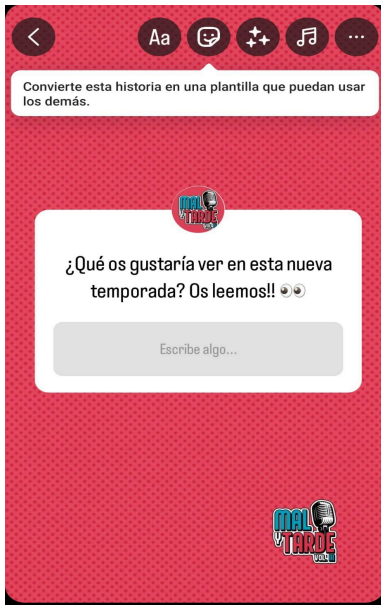


Nota: Diseño de aviso del primer programa de *Mal y Tarde Vol.III* para subir a las Historias de Instagram.

Fuente: Instagram.

Figura 3.

Publicación para la Historia de Instagram.



Nota: Primera publicación para interactuar con la audiencia y saber sus intereses.

Fuente: Instagram.

Figura 4.

Publicación para las Historias de Instagram.



Nota: Diseño de publicación para las Historias de Instagram con el fin de anunciar los nuevos cambios del programa.

Fuente: Instagram.

Figura 5.

Fotografía de la primera entrevista.

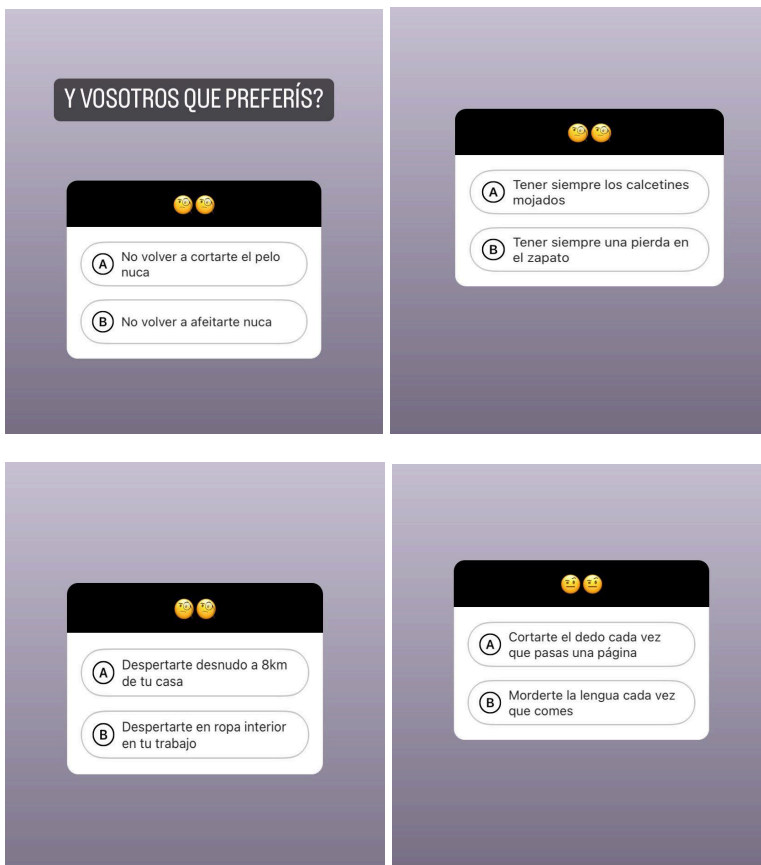


Nota: Fotografía de la primera entrevista realizada en el estudio de grabación de la universidad.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 6.

Publicaciones en las Historias de Instagram.



Nota: Cuatro imágenes de encuestas publicadas en las Historias de Instagram con el fin de interactuar con la audiencia.

Fuente: Instagram.

Figura 7.

Fotografía en el nuevo plató de grabación.



Fuente: Elaboración propia.

3.3 Hitos importantes en el desarrollo del programa actual.

La evolución y el desarrollo de todo el programa ha venido marcado por varios hitos que han ayudado a su crecimiento y han reflejado nuestra capacidad de innovación a lo largo del programa. En ellos, se representan momentos significativos de la trayectoria del podcast. Cada paso ha sido un impulso para enfrentarnos a nuevos desafíos de una manera más creativa.

1. Salida inicial y primera toma de estructura.

En los primeros capítulos teníamos una estructura mucho más rígida y poco versátil. Esta manera de trabajar nos permitió poder tener una base sólida para comenzar el podcast, sin embargo, nos dimos cuenta de que existía la necesidad de hacer programas mucho más flexibles para poder mantener el interés que la audiencia había depositado en un primer momento en nosotros.

2. Diversificación del contenido.

A medida que avanzaban los capítulos empezamos a diversificar el contenido, realizando invitaciones a distintos perfiles de invitados para así poder realizar entrevistas desde perspectivas totalmente distintas. El hecho de tener la oportunidad de realizar entrevistas a invitados que se dedicaban a distintos sectores nos dio la oportunidad de crear un espacio en el que nuestra audiencia pudiese escuchar y obtener información sobre distintos temas y ampliar así sus perspectivas.

3. Interacción.

La utilización de las redes sociales como vías para obtener un *feedback* ha sido fundamental para ajustar el contenido a los intereses de la audiencia. Interactuar con ellos a través de las redes sociales ha supuesto una fácil manera para saber en qué tipo de contenido debíamos de enfocarnos.

4. Mejora de las técnicas.

La calidad tanto del audio como de las imágenes y los diseños han ido mejorando desde que comenzó el podcast. A medida que avanzaban los capítulos adquirimos nuevas técnicas de edición y grabación.

5. Secciones interactivas.

Con el fin de realizar un contenido más entretenido y atractivo nació la idea de realizar preguntas típicas del programa como “¿Qué preferirías?” o “¿A qué animal serías capaz de ganar?”, incluso algunas preguntas de cultural general. Todas ellas sirvieron para añadir algo más de humor al programa y distinguirlo de las temporadas anteriores.

Todos estos hitos representan la evolución del podcast. La interacción con la audiencia, la diversificación del contenido, la mejora de las técnicas y las nuevas secciones interactivas han hecho que a lo largo del programa se haya podido reflejar tanto nuestro compromiso con la audiencia como nuestra capacidad de adaptación para poder ofrecer un contenido de calidad a todos nuestros espectadores.

Figura 8.

Los diez capítulos del podcast de Mal y Tarde Vol.III.



Fuente: Instagram.

3.4 Reparto de responsabilidades dentro del grupo.

El reparto de las responsabilidades dentro del grupo ha formado parte de la estrategia que hemos seguido para alcanzar los objetivos establecidos de una manera efectiva. Utilizando las habilidades de cada uno de los integrantes, hemos optado por asignar distintos roles para asegurar que cada miembro del grupo sea capaz de encargarse de una tarea en concreto.

El grupo se compone por cuatro personas: Bruno José Brandariz, Belén Zozaya, Serhan Hasanov Babuchev y Laura García.

Figura 9.

Publicación en Instagram de Mal y Tarde Vol.III



Nota: Imagen del primer anuncio en redes sociales de los integrantes del equipo de *Mal y Tarde Vol.III*.

Fuente: Instagram.

A continuación, se explicará de manera detallada el papel que ha desempeñado cada uno de los integrantes del equipo.

Bruno José Brandariz: Creador de contenido audiovisual y diseño gráfico.

Su experiencia en cuanto a la producción y el diseño gráfico nos sirvió de gran ayuda para la grabación del podcast completo. Realizó una identidad visual distinta, rediseñando el logo y cambiando por completo la tipografía además de grabar cada uno de los capítulos. Asimismo, también se encargó de crear las miniaturas para los videos de YouTube.

Belén Zozaya: Redactora.

Su facilidad para escribir y saber plasmar las ideas de una manera creativa y clara nos sirvió para crear copys con mayor facilidad y para que llegasen al espectador a través de las redes sociales. Se encargó de hacer los guiones del programa para que cada capítulo tuviera una estructura clara. También, junto con Serhan, fue la encargada de establecer la comunicación con los invitados que asistían al programa.

Serhan Hasanov Babuchev: Publicación de las historias de Instagram y presentador del podcast.

Ha liderado la publicación tanto de las historias de Instagram como de los post, fomentando así la interacción con la audiencia. Su labor gestionando las redes sociales, ha sido fundamental para poder seguir subiendo contenido y acercarnos aún más al espectador. Además, su cargo como presentador del programa ha sido de gran ayuda para poder llevar el hilo de las entrevistas. También se ha encargado de subir el contenido a Spotify.

Laura García: Edición del podcast para subirlo a Reels y Tiktok.

La edición de fragmentos para subir tanto a Reels como a TikTok ha sido muy importante para visibilizar el programa. Realizar estos cortes en los vídeos, era una buena manera de que los usuarios que navegaban por las plataformas pudiesen ver algunos fragmentos de nuestros programas y generase en ellos la curiosidad de ver

algún capítulos al completo. Por ello, mi labor ha sido saber buscar un contenido interesante en el que en pocos segundos pudiese producir algún interés en la audiencia.

En cuanto al trabajo conjunto, iba más allá del trabajo de búsqueda de información sobre los invitados y los temas que queríamos abordar, todos los días de rodaje nos encargamos de recoger el material y preparar el set de grabación. Al cambiar el lugar de grabación a nuestra casa, cada vez que grabábamos teníamos que reorganizar el espacio que en este caso era el salón, preparar toda la decoración y colocar las cámaras, luces y micros en los lugares correspondientes. En cuanto al material audiovisual, cada vez que necesitábamos tanto cámaras como micros debíamos de realizar una solicitud al servicio de audiovisuales de la Universidad de Valladolid y recogerlo y entregarlo nosotros mismos en el plazo establecido.

4. LA DINÁMICA DE LAS ENTREVISTAS EN ALGUNOS PODCASTS DE ÉXITO.

Algunos podcasts como *Estirando el Chicle*, *Poco se habla* y *The Wild Project* han logrado crear una dinámica de entrevistas que han conseguido conquistar a todos sus oyentes. Algunas de las claves del éxito de estos podcast son las siguientes:

Autenticidad.

Algunos podcasts como *Estirando el Chicle* y *Poco se habla!* destacan por su autenticidad y su falta de filtros. Los entrevistadores hablan de temas tabú sin ningún tipo de miedo y ofrecen perspectivas divertidas a todos sus oyentes. Gracias a ello, se crea un ambiente más cercano con el espectador y a su vez con el invitado, brindándole a este último la oportunidad de compartir sus experiencias de una manera más natural.

Conexión.

Que se cree una conexión entre los distintos invitados y los entrevistadores es fundamental para que el podcast alcance el éxito. Por ejemplo, en el podcast *The Wild Project*, a lo largo de las entrevistas se ve cómo se crea un ambiente de conexión y las conversaciones aumentan su profundidad y significado creando un ambiente muy seguro para que el invitado pueda relajarse y compartir sus conocimientos y experiencias. Esto da lugar a una conexión entre el entrevistador y el entrevistado y a su vez deriva en una conexión mucho más empática por parte de la audiencia que hace que se mantenga enganchada.

Variedad de invitados y de temas.

Que exista la posibilidad de entrevistar a una gran variedad de invitados brinda la oportunidad de hablar de una amplia gama de temas. Todo ello se ve reflejado en podcast como *The Wild Project* en el que se puede hablar de astronomía, conflictos sociales, emprendimiento, etc., lo que supone un mayor atractivo para el podcast y la posibilidad de llegar a una audiencia mucho más amplia.

La temática tratada también ayuda al éxito de los podcast. Un ejemplo de ello es el podcast de *Estirando el Chicle* en el que se pueden tratar desde temas mucho más serios y formales en los que se fomente un debate que dé lugar a la reflexión y al aprendizaje hasta temas mucho más divertidos sobre la vida cotidiana. Esta diversidad de contenido hace que los oyentes puedan encontrar tanto contenido de aprendizaje como contenido de entretenimiento en un mismo formato de podcast.

Enfoque reflexivo.

Incitar al espectador a la reflexión y al aprendizaje también ha hecho que muchos podcasts consigan el éxito deseado. Como hemos mencionado el podcast *Estirando el Chicle* también destaca en este aspecto. A lo largo del podcast se incita a la reflexión ya que cada entrevista brinda al espectador la oportunidad de formar nuevas perspectivas sobre el mundo en el que nos encontramos, por tanto, esto no solo le da a la audiencia la posibilidad de entretenerse, sino que también le sirve como fuente de inspiración.

En conclusión, todos estos podcasts, han conseguido explotar satisfactoriamente su capacidad de crear unas entrevistas dinámicas y entretenidas en las que los espectadores

se sientan uno más. Como he mencionado anteriormente, la autenticidad es fundamental, pero también es imprescindible crear un ambiente de confianza entre el entrevistador, el entrevistado y la audiencia. Además, la variedad de los temas que se quieren tratar, los enfoques reflexivos y la amplitud de invitados ayudan a poder llegar a una audiencia mucho más amplia.

A continuación, después de realizar este enfoque general de algunos podcasts que han tenido bastante repercusión, se va a realizar un análisis más en profundidad de algunos de ellos.

4.1 *Estirando el Chicle.*

Figura 10.

Podcast Estirando el Chicle.



Nota: Imagen del podcast “Estirando el Chicle” en la que aparecen Carolina Iglesias y Victoria Martín (Podium Podcast, 2023).

Está protagonizado por Carlina Iglesias y Victoria Martín, es un podcast humorístico en español en el que las dos presentadoras son conocidas por su humor y su estilo desenfadado.

En el siguiente párrafo, se realizará una descripción del contenido que ofrecen, el formato de las entrevistas, la popularidad que poseen y el impacto en la audiencia además de algunos puntos adicionales.

1. Contenido.

A lo largo de todos los programas podemos encontrar un contenido muy desenfadado en distintas entrevistas, puntos de vista y discusiones sobre distintos tipos de temas. Los episodios suelen hablar de estos temas de una manera cercana y amplia como el feminismo, la salud mental, la sexualidad y el trabajo. Esta gran diversidad de temas permite que el podcast atraiga a distintos tipos de públicos.

- Entrevistas: Una parte importante de estos podcast son las entrevistas realizadas a los invitados en distintas áreas. Las conversaciones suelen transcurrir con naturalidad y son bastante informales ya que buscan conocer aspectos tanto personales como profesionales de cada uno de los invitados.
- Discusiones: Las presentadoras intercambian sus puntos de vista en función de la actualidad y de sus experiencias más personales.
- Humor: Es la base fundamental del podcast. Ambas presentadoras utilizan un tono sarcástico a lo largo de los programas, además también utilizan la ironía e incluso la autocrítica con el fin de crear un ambiente relajado, en el que se pueden tratar temas serios de una manera fácil y accesible. Su facilidad para hablar de temas tabú y enfocándolos de una manera cómica es una de las claves del éxito de su podcast.

2. Estructura.

- Tiempo de duración: Los episodios suelen durar aproximadamente entre una hora y una hora y media, lo que permite analizar y cuestionar los temas con cierta profundidad.
- Tipo de formato: En cada episodio, encontramos una breve introducción por parte de las presentadoras donde comparten distintos tipos de anécdotas. Acto seguido, se da comienzo al tema principal que se tratará a lo largo de todo el

podcast o al invitado. Tener una estructura flexible de programa les permite llevar el programa con una mayor naturalidad y adaptarse a cada invitado.

- Producción: La producción ha ido mejorando a lo largo de los episodios, incluyendo distintos efectos de sonido y una edición cada vez más profesional.

3. Popularidad.

Estirando el Chicle ha ido aumentando su notoriedad desde su creación. Sus seguidores realizan por lo general críticas positivas.

Algunos de los factores que ayudan al éxito del podcast son los siguientes:

- Pertenencia: Muchos espectadores se pueden sentir identificados con la forma que tienen las presentadoras de abordar distintos temas de una manera humorística.
- Autenticidad: El hecho de que las presentadoras no tengan miedo a mostrarse vulnerables crea una conexión mucho más cercana con el espectador.
- Amplitud de temas: La posibilidad de poder tratar cualquier tema hace que el podcast sea mucho más relevante para un público más diverso.
- Reconocimiento: Haber recibido algún premio supone un aumento de su visibilidad y reconoce aún más la calidad del formato del programa.

4. Impacto Social.

Al tratar una gran diversidad de temas de una manera profunda, ha influido de la siguiente manera en la sociedad.

- Visibilidad de Feminismo: Hablar de temas relacionados con el feminismo, contar experiencias personales y debatir sobre ello, escuchando diferentes perspectivas ha ayudado a aumentar su visibilidad entre la audiencia.

- Salud Mental: Visibilizar el tema de la importancia de tener una buena salud mental aportando también un toque de humor ha ayudado a dejar de lado ese tabú y establecer distintas conversaciones sobre ello.
- Realización personal: La autoaceptación, el empoderamiento, la autorrealización, son temas recurrentes del podcast, en los que se lanzan mensajes positivos de manera constructiva a toda la audiencia.

5. Interacción con la Audiencia.

La construcción de una comunidad de seguidores que están en continua interacción con el podcast en las redes sociales también es una de las partes fundamentales del éxito de *Estirando el chicle*.

- Redes Sociales: Ambas presentadoras comparten en las redes sociales su contenido, los anuncios de sus programas e interactúan con sus seguidores. Mantener una presencia en las redes sociales ayuda a promocionar sus episodios y aumenta el interés por parte de la audiencia.
- *Feedback*: A lo largo del podcast se realizan algunas preguntas a los oyentes, aumentando así su participación y permitiendo que las presentadoras se ajusten al contenido en función de las preferencias de la audiencia.

En definitiva, *Estirando el Chicle* tiene la capacidad de hablar de distintos temas con humor y autenticidad lo que aumenta el atractivo de su contenido. Uno de los principales éxitos del programa es la conexión que existe entre las dos presentadoras, Carolina Iglesias y Victoria Martín. La posibilidad de que la audiencia se sienta identificada con ellas y su capacidad para hablar de temas serios de una manera desenfadada hace también que sea uno de sus sellos de identidad. Además, su constante evolución y su destreza para tratar cualquier tema de la actualidad hace que tengan un futuro prometedor.

4.2. *The Wild Project.*

Figura 11.

The Wild Project.



Nota: Logo del podcast *The Wild Project* (Apple Podcast, 2014).

The Wild Project es un podcast protagonizado por Jordi Wild. Principalmente los episodios están realizados en formato de entrevista en las que se abordan distintos temas. A continuación, se realiza una descripción del podcast, de su contenido, estilo, popularidad e impacto.

1. Contenido.

El podcast *The Wild Project*, habla de una gran diversidad de temas, desde lo más cotidiano a temas que abordan cuestiones mucho más complejas. Esta variedad permite una audiencia más amplia y un contenido actualizado.

- Entrevistas profundas: A lo largo de los programas se crea un ambiente en el que se brinda la posibilidad de realizar entrevistas en profundidad. Incluyen debates

con invitados científicos, deportistas, artistas, creadores de contenido, etc. Esta amplia gama de entrevistados permite explorar distintas perspectivas.

- Cultura y entretenimiento: El presentador Jordi Wild también trata temas culturales como películas, series, música, videojuegos, realizando un análisis y mostrando sus opiniones y percepciones.
- Ciencia: *The Wild Project* también habla de temas científicos e incluso filosóficos. Desde cuestiones psicológicas y éticas hasta la inteligencia artificial y el universo, haciendo que estos temas sean accesibles para la audiencia.
- Actualidad: En los episodios también se habla de temas que están presentes en la actualidad, dando lugar a intercambios de opiniones y análisis sobre diferentes eventos sociales recientes. Se suelen tratar temas políticos, económicos y culturales.

2. Estructura.

- Tiempo de duración: La mayoría de los episodios suelen ser de larga duración, superando las dos horas. Una duración tan extensa, permite abordar los temas con mayor profundidad y dar a los espectadores una experiencia mucho más enriquecedora.
- Formato: Por lo general, cada episodio se centra en un invitado y un tema. Nada más comenzar el programa, Jordi Wild comienza con una introducción y a continuación comienza la entrevista programada para ese día. Al tratarse de una estructura flexible el episodio presenta una dinámica que lo hace más atractivo.
- Producción: Es un podcast muy profesional, está muy bien editado y el audio es muy claro.

3. Popularidad.

The Wild Project ha ido ganando popularidad y ya cuenta con una base de seguidores fieles.

- Temas diversos: Tratar una amplia gama de temas y hacer hincapié en cada uno de ellos, brinda la oportunidad a la audiencia de que algunos temas complejos sean accesibles para ellos.
- Invitados de calidad: El perfil de los invitados y sus conocimientos sobre los temas a tratar ha contribuido también al crecimiento del podcast. Al ser entrevistas de calidad y con un alto conocimiento en los temas abordados, hacen que el contenido sea mucho más enriquecedor.
- *Engagement*: La interacción del presentador con la audiencia a través de las redes sociales, crea una mayor conexión con el público y aumenta su nivel de compromiso.

4. Interacción con la audiencia.

El podcast *The Wild Project* ha construido una comunidad de seguidores que participan de manera activa a través de las redes sociales.

- Redes Sociales: Jordi Wild comparte tanto contenido promocional de sus episodios como contenido adicional. Esta presencia en las redes sociales hace que la audiencia aumente su interés y se cree una mayor conexión.
- *Feedback*: A lo largo del podcast también se incluyen preguntas de los espectadores lo que genera más el sentimiento de pertenencia. Todo ello, ayuda a Jordi Wild a tener una retroalimentación que le permite saber los gustos y preferencias de la audiencia y ajustar su programa y contenido a ello.

El podcast *The Wild Project* profundiza en un gran abanico de temas de manera auténtica y creando un contenido atractivo para la audiencia. La capacidad de Jordi Wild para conectar con la audiencia y la calidad de los invitados entrevistados sobre

temas complejos, hacen que el podcast destaque entre el resto sobre todo por la manera tan entretenida que tiene para tratar temas complicados.

4.3 *Poco se habla!*

Figura 12.

Podcast Poco se habla!



Nota: Imagen del podcast *Poco se habla!* en el que aparece Xuso Jones y Briten (Podium, 2023).

Poco se habla! protagonizado por Xuso Jones y Ana Brito es un podcast humorístico en el que cada uno de los presentadores a través del humor hablan de temas de la actualidad y realizan las entrevistas a distintos invitados, mientras crean un ambiente cómodo y divertido.

A continuación, se realiza una descripción del podcast, del contenido, estilo, popularidad, interacción con la audiencia y conclusiones.

1. Contenido.

En el podcast se tratan una gran variedad de temas, siempre con un tema humorístico.

- Entrevistas humorísticas: Las entrevistas se realizan a distintas figuras conocidas de diferentes ámbitos. Los invitados intercambian sus opiniones con Xuso y Ana y cuentan algunas anécdotas de sus trabajos, lo que supone un mayor enriquecimiento del programa.
- Entretenimiento: Ambos presentadores destacan por tener la capacidad de saber convertir cualquier tema en algo cómico. La química que existe entre Xuso Jones y Ana Brito garantiza que cada episodio esté repleto de memorables momentos.
- Promociones: A lo largo del podcast también se incluyen algunas menciones a patrocinadores y algunos sorteos en vivo. Esto le supone al programa un atractivo adicional.

2. Estructura.

- Tiempo de duración: La mayor parte de los episodios duran aproximadamente más de una hora, sin embargo, también se producen algunas variaciones que permiten adaptarse al flujo de la conversación.
- Formato muy flexible: Algunos temas derivan de distintas conversaciones y surgen de manera espontánea, lo que también supone un plus por el efecto sorpresa.
- Producción: Aunque se trate de un podcast informal, presenta un audio claro en todas las conversaciones y una buena producción.

3. Popularidad.

El podcast de *Poco se Habla!* ha conseguido crear una fuerte comunidad que participa en su programa a través de las redes sociales.

- Redes Sociales: Ambos presentadores comparten contenido del podcast en sus redes sociales, lo que supone mantener a la audiencia informada de los nuevos episodios.
- *Feedback*: Xuso Jones y Ana Brito, animan a la audiencia a interactuar sobre los episodios lo que fomenta la participación y permite ajustar el contenido en función de los intereses de los espectadores.

En suma, *Poco se habla!* destaca por su autenticidad y su capacidad de abordar diferentes temas desde el humor. La conexión entre los dos presentadores hace que en el podcast se genere un contenido de entretenimiento constante al que los espectadores acuden para pasar un rato divertido.

5. LA DINÁMICA DE LAS ENTREVISTAS EN NUESTRO PODCAST.

En *Mal y Tarde Vol.III* nos hemos querido centrar en la realización de entrevistas a distintos invitados. La evolución de nuestro podcast ha mostrado cómo las entrevistas han ido fluyendo a medida que avanzaban los programas y cómo hemos sabido adaptar cada entrevista a cada uno de nuestros invitados.

A continuación, se van a comentar el capítulo número uno a modo de una breve introducción y los capítulos número cinco, seis, siete y ocho en los que se comentará los aspectos más relevantes de cada entrevista. El resto de los capítulos serán analizados por mi compañera Belén Zozaya.

5.1 Capítulo número 1: ESTAMOS DE VUELTA.

Figura 13.

Publicación de Instagram del primer capítulo de Mal y Tarde Vol.III



Fuente: Instagram.

Este capítulo del programa de *Mal y Tarde Vol.III*, representa la reapertura del programa y establece la línea que se va a seguir en cada uno de los programas. En primer lugar, se realiza una presentación del equipo mostrando conexión y complicidad entre nosotros. Salen a la luz algunos de los detalles más personales de los miembros del equipo, lo que supone añadir una visión más humana y cercana al podcast.

También se trata el objetivo principal del podcast, que es dar voz a personas con proyectos interesantes. El propósito es crear un espacio en el que todos los invitados puedan compartir sus vivencias y proyectos más personales y donde el equipo también pueda complementar esas conversaciones con aspectos de sus vidas. Además, se plantea la posibilidad de que puedan aparecer distintos juegos y dinámicas que se utilizarán a lo largo de los programas.

5.2. Capítulo 5: *MICRODOSIS, La fiesta más diferente de Segovia.*

Figura 14.

Publicación en Instagram del quinto capítulo del programa.



Fuente: Instagram.

En este capítulo de *Mal y Tarde Vol.III* entrevistamos a Marcos y Javi, creadores de una de las fiestas más conocidas por los estudiantes segovianos llamada “Microdosis”. Ambos a lo largo del programa explican cómo nació la idea, y cómo el hecho de que Marcos se dedique al diseño gráfico y Javi trabaje como DJ les ha servido para hacer crecer esta idea.

A continuación, analizaremos algunos puntos clave de la entrevista:

Origen:

La idea surge de la necesidad de querer romper con la vida nocturna de la noche segoviana. Tanto Marcos como Javi querían ofrecer una nueva visión de las noches en Segovia, por lo que decidieron optar por una nueva alternativa a la música comercial y a las discotecas de la ciudad. Utilizando de inspiración las grandes ciudades y su estética más urbana, buscan crear una experiencia con distintos estilos musicales, desde reguetón hasta trap y música electrónica.

Estética y Promoción:

“Microdosis” tiene una identidad visual corporativa que destaca por sus colores verde y morado, reflejados tanto en su logo como en la decoración y las pulseras que se entregan a los asistentes. La promoción de la fiesta se realiza principalmente a través de las redes sociales pero al realizarse en una ciudad tan pequeña como es Segovia el boca a boca también ayuda a apoyar y a difundir este proyecto. Además, reciben mucho

apoyo por parte de los relaciones públicas de la sala “La Mentira” ya que es el lugar en el que se realizan las fiestas.

Desafíos y Recompensas:

Realizar ese tipo de eventos supone un gran estrés y una buena planificación. Sin embargo, genera una gran satisfacción el hecho de ver a la gente disfrutar de una alternativa tan novedosa y divertida en la vida nocturna de la ciudad. Gracias a este tipo de eventos también han tenido la oportunidad de conseguir algunas colaboraciones con algunas marcas y algunos amigos.

Dinámica:

A lo largo de toda la entrevista, tanto los entrevistadores como los invitados participamos en una conversación muy cómoda en la que se trataron diferentes temas como preferencias personales, situaciones hipotéticas y algunas preguntas mucho profundas añadiendo así a todo un toque de humor y creando un ambiente más cercano.

Puntos Adicionales:

Una de sus estrategias clave es la utilización de los colores corporativos y distintas decoraciones en cada uno de sus eventos con el fin de crear una atmosfera diferente. Además, la variedad musical y las sorpresas a lo largo de las fiestas para los asistentes proporcionan un valor añadido más allá del entretenimiento. Todo ello ayuda a conseguir unos seguidores leales que acuden a cada una de sus fiestas.

5.3 Capítulo 6 : *ÁLVARO Y ALBA, fundadores de 27Klub.*

Figura 15.

Publicación en Instagram del sexto capítulo del programa.



Fuente: Instagram.

Este sexto capítulo de *Mal y Tarde Vol.III* da la oportunidad de conocer y entrevistar a Álvaro y Alba, los creadores de la revista “27Klub” centrada en la música y el arte urbano. Esta revista se centra en dar voz a distintos jóvenes artistas y surgió gracias a un trabajo académico. A lo largo de la entrevista ambos hablan de los procesos creativos que han realizado, de todos los desafíos a los que se han enfrentado a lo largo de todo el proceso de elaboración de la revista y de sus aspiraciones futuras. Además, también hablan de sus anécdotas trabajando con este proyecto y del impacto académico que ha tenido la universidad para el desarrollo de su proyecto.

A continuación, se analizarán algunos puntos clave de la entrevista:

Origen:

La idea de la revista surge como un proyecto para artistas emergentes. En primer lugar, la idea surgió gracias a un trabajo educativo para una asignatura de la universidad, por lo tanto, esto les dio la oportunidad de poder acabarlo ya no solo para poder obtener una buena nota en la asignatura sino para tener la excusa perfecta para poder crear el proyecto que siempre habían deseado. El nombre de la revista está inspirado en la Movida madrileña, simbolizando así a los jóvenes con talento que se expresaban a través de movimientos artísticos.

Estética y Promoción:

27Klub posee una estética que refleja las inquietudes e intereses de sus fundadores. Álvaro y Alba realizan todo el proceso de manera conjunta, es decir, no poseen ningún rol específico, ambos se encargan de trabajar juntos en cada tarea. Sin embargo, sí que han utilizado algunos recursos de plataformas como YouTube y Domestika para poder desarrollar sus habilidades en cuanto a diseño de cara a alcanzar los objetivos perseguidos en la revista.

Desafíos y Recompensas:

Uno de los mayores desafíos a los que se enfrentaron fue la falta tanto de tiempo como de recursos económicos, además de la falta de formación de algunas herramientas como InDesign. Sin embargo, a pesar de todo ello, se centraron en los comentarios positivos por parte de todo su círculo y siguieron adelante con el proyecto. El hecho de ver el proyecto terminado y recibir un gran reconocimiento después de todo el trabajo que había detrás fue una de las mayores recompensas para ellos.

Dinámica de la entrevista:

A lo largo de la entrevista aparecen numerosas anécdotas donde tanto Álvaro como Alba comparten sus experiencias más personales. Las preguntas típicas del programa como “qué prefieres” o “¿A qué animal serías capaz de ganar?”, crean una dinámica cercana y divertida a lo largo de toda la entrevista.

Puntos Adicionales:

Tanto Álvaro como Alba muestran su interés por continuar la revista y poder monetizarla en un futuro a pesar de las dificultades con las que se puedan encontrar. Además, a lo largo de toda la entrevista destacan el apoyo que han recibido por todo su entorno, incluyendo amigos y compañeros de clase. Mencionan que la confianza ha sido fundamental para mantener la motivación durante todo el proyecto.

5.4 Capítulo 7: *APOLO FEST*, ¿Cómo es dirigir una promotora de fiestas?

Figura 16.

Publicación en Instagram del séptimo capítulo del programa.



Fuente: Instagram.

En este capítulo del podcast *Mal y Tarde* se da lugar a una entrevista protagonizada por Rodrigo e Ignacio, creadores de la promotora de fiestas Apolo Fest. Apolo Fest destaca por sus originales temáticas y sus decoraciones tan trabajadas. A lo largo de toda la entrevista se muestra una dinámica informal y con un toque humorístico en los que se deja ver la personalidad de los invitados.

A continuación, se comentan algunos puntos clave de la entrevista:

Origen:

Apolo Fest nace con el planteamiento de la idea del evento “Paso del Ecuador”, una especie de graduación que se realiza en mitad de la carrera universitaria. Esta idea surge de la falta de fiestas que aporten experiencias distinguidas en la ciudad segoviana y desea ofrecer experiencias distintas en la vida nocturna de la ciudad.

Estética y Promoción:

La promotora destaca por su diversidad de temáticas y su implicación con las decoraciones en cada una de sus fiestas, más allá de ofrecer distintos tipos de música. Poseer ese amplio abanico de temáticas en cada una de sus fiestas hace que se convierta

en uno de los puntos claves de interés por parte de la audiencia. En cuanto a la promoción, se realiza principalmente a través de las redes sociales en las que aprovechándose de sus decoraciones generan un mayor impacto visual para toda su audiencia. El boca a boca después de la experiencia de las vistas también supone un punto importante para aumentar su reputación.

Desafíos y Recompensas:

La logística, los presupuestos y la resolución de problemas de última hora son algunos de los desafíos que se ha encontrado la promotora. A pesar de ello, unas de las mejores recompensas sin tener en cuenta los aspectos financieros son el reconocimiento por parte de todos los estudiantes que han asistido a sus fiestas y que contribuyen a la motivación y construcción de nuevos proyectos de Apolo Fest.

Dinámica de la Entrevista:

La entrevista es informal además de humorística. A lo largo de las entrevistas se intercalan distintos momentos de inspiración, reflexión, anécdotas, momentos humorísticos y dinámicas que dan lugar a una conversación espontánea y cercana.

Puntos Adicionales:

A lo largo de toda la entrevista se puede ver reflejada la importancia de una buena coordinación y trabajo en equipo. No obstante, también se hace referencia al deseo de poder desarrollar planes futuros para expandir sus eventos y desarrollar sus habilidades creativas en el ocio de las ciudades.

5.5 Capítulo 8: *SESENTAY6, artista independiente nos adelanta su EP.*

Figura 17.

Publicación en Instagram del octavo capítulo del programa.



Fuente: Instagram.

En este capítulo de *Mal y Tarde Vol.III*, el artista Guille, “Sesentay6”, habla de toda su trayectoria y su experiencia musical. A lo largo de toda la entrevista, se menciona su origen segoviano, todas sus influencias musicales y los procesos creativos que sigue para dar lugar a sus canciones. Guille le brinda a la audiencia la posibilidad de tener una visión mucho más íntima de toda su carrera. La entrevista transcurre de manera dinámica, explorando distintos temas desde el origen de su nombre artístico, hasta sus intereses y experiencias personales.

A continuación, se comentan algunos puntos clave de la entrevista:

Origen:

Guille, “Sesentay6”, saca a la luz que su nombre surge gracias a una mezcla entre su pasado como grafitero y un apodo durante la época que vivió en Inglaterra. Todo ello refleja su identidad como artistas y las distintas influencias con las que ha encaminado su carrera artística.

Estética y Promoción

Guille se caracteriza por formarse a partir de una amplia gama de influencias musicales. Su promoción se centra en la publicación de sus temas en las redes sociales y en la colaboración con otros artistas, todo lo cual le ayuda a ampliar su alcance a una audiencia diversificada.

Desafíos y Recompensas:

El hecho de realizar la transición de formar parte de un grupo a comenzar una carrera en solitario es uno de los grandes desafíos a los que se ha enfrentado el artista. La posibilidad de encontrar una conexión emocional con su audiencia y tener la libertad creativa que desee le da la oportunidad de crecer aún más como músico.

Dinámica de la Entrevista:

Durante toda la entrevista se mantiene un tono informal, lo que le da a Guille la oportunidad de poder profundizar en los aspectos que desea y compartir tanto experiencias personales como reflexiones sobre toda su carrera.

Puntos Adicionales:

El hecho de que el artista muestre su interés públicamente en participar en un reality show de supervivencia muestra alguna de sus facetas más ocultas fuera del mundo de la música. Esta gran revelación da lugar a una imagen más aventurera y dispuesta a explorar nuevos desafíos fuera de su carrera como artista musical.

6. CONCLUSIONES.

6. 1 Conclusiones sobre la evolución del podcast.

La idea general del podcast siempre ha sido crear un formato de entrevistas en el que se pudiese hablar de diversos temas de una manera abierta y en el que se crease un ambiente familiar.

El hecho de cambiar los colores corporativos y el diseño proporcionó un aire más innovador. Empezar el podcast cambiando la tipografía y los colores hizo que ya comenzáramos con un sello de identidad propio y representativo. A medida que avanzaban los capítulos se puede ver cómo buscábamos un enfoque en el que nos sintiéramos más identificados. El formato de podcast ha ido evolucionando y cogiendo forma a medida que nosotros también lo hacíamos. La dinámica de las entrevistas, el humor, las preguntas típicas del programa, todo ello, ha ido evolucionando con nosotros.

En un primer momento, no me había parado a pensar que no éramos nosotros los que teníamos que adaptarnos al podcast, sino que el podcast se debía de adaptar a nosotros. Creo que cuando nos dimos cuenta de eso, fue cuando el formato empezó a tener la forma que queríamos. En cada capítulo el podcast se ha ido adaptando a nuestras necesidades y a las de la audiencia. Tener claro que giraba en torno a nosotros fue una de las claves para darnos cuenta de que podíamos hacer lo que quisiésemos, es decir, que teníamos total libertad para enfocar el proyecto con una mente más abierta. *Mal y Tarde* ha sido una representación de nuestros intereses, de nuestro humor y de nuestras ganas de aprender.

Una vez avanzados los primeros capítulos nos fuimos dando cuenta de que el formato ya tenía una base sólida, pero que debíamos trabajar más en la estructura. Todos teníamos claro que el formato debía de estar enfocado en entrevistas con toques de humor para acercarnos más a la audiencia. Es muy importante tener una idea clara y esquematizada de cómo se quiere realizar cualquier tipo de proyecto, además de tener en mente los pasos que hay que seguir. Además, el hecho de tener la mente abierta a cualquier tipo de sugerencia nos ayudó mucho a que la audiencia pudiese hacer comentarios sobre qué les gustaría con total libertad y nos facilitó las cosas también para no tener miedo al cambio.

Introducir distintas temáticas de preguntas ha sido fundamental también para su evolución. Poder aportar un extra de humor y momentos en los que los entrevistados no tuviesen que estar hablando de un mismo tema y se les brindara la oportunidad de poder realizar estos juegos hizo que el formato evolucionase de una manera más rápida y consiguiésemos el tipo de formato que buscábamos.

Desde mi punto de vista, el podcast ha ido evolucionando satisfactoriamente. A medida que pasaban los capítulos se nos podía ver más cómodos y con una mayor complicidad entre nosotros. Hemos conseguido mantener nuestra esencia, pero escuchando a la audiencia.

Considero también que no tener miedo al fracaso nos ayudó mucho a trabajar sin parar además de aumentar nuestras ganas por que llegase el siguiente capítulo para ver el *feedback* de la audiencia y ver en qué podíamos mejorar. Por último, quiero subrayar que sin un *feedback* claro de la audiencia, no hubiese sido posible.

6.2 Conclusiones de las entrevistas a lo largo del podcast.

En un principio, no éramos conscientes de que, a pesar de tener una estructura para el guion de la entrevista, algunas de ellas nos iban a costar más sacarlas adelante que otras. El hecho de tratar con tantos invitados, con personalidades tan distintas, suponía saber adaptarse a cada uno de ellos.

En alguno de los programas, la personalidad de los invitados supuso que las conversaciones no fluyesen con normalidad y no se pudiese salir de la estructura de guion establecido. En ese momento, nos dimos cuenta de que la forma de ser de cada invitado también era fundamental para poder complementarnos con ellos y dar lugar a una entrevista de calidad.

El hecho de que un invitado no quiera salir del guion, o estuviese nervioso y no se expresase con naturalidad, dificultaba el trabajo para poder realizar el tipo de entrevista que nosotros queríamos. Sin embargo, sí que considero que a medida que iban pasando los capítulos, la gente que venía al programa estaba más informada del tipo de formato que queríamos y llegaban mucho más relajados.

Haciendo un repaso de todas las entrevistas, en los primeros programas se puede observar la manera más “correcta” de sentarnos en las sillas, se nota que se sigue un guion y apenas somos capaces de cambiar de tema con naturalidad. No era muy difícil

darse cuenta de que no estábamos en nuestra zona de confort, no sabíamos cómo comportarnos y no queríamos excedernos de formales, pero tampoco pasarnos de confiados.

Fue un proceso de aprendizaje y de autoconocimiento constante, con esto quiero decir que al no habernos enfrentado nunca a este tipo de situaciones, teníamos que ser conscientes de dónde estábamos y de buscar un “papel” dentro del programa con el que nos sintiéramos cómodos y pudiéramos desarrollar nuestras habilidades. Esto no fue fácil, haciendo una reflexión de todo ello, nunca nadie nos había explicado cómo hablar ante un micrófono ni delante de las cámaras, por lo que se veía cada detalle de nuestras expresiones, gestos o cambios en la voz. Esto supuso un análisis constante de manera individual de cada uno de los programas, para saber en qué debíamos de mejorar. Recuerdo que la primera vez que nos vimos, no fue fácil. No nos reconocíamos, nos veíamos tensos, jamás nos habíamos fijado en expresiones que teníamos al hablar o incluso en la cara que poníamos cuando escuchábamos hablar al otro. Cuando un tema no nos gustaba, o nos hacía sentir incómodos se notaba, todo estaba medido al milímetro con las cámaras, por lo que supuso buscar el tiempo y las tácticas necesarias guiándonos de otros podcast para saber llevar cada uno de los programas.

A medida que fueron avanzando los capítulos se puede ver que tenemos más confianza en nosotros mismos y que nuestro lenguaje corporal es totalmente distinto. Creo que influyó mucho el hecho de llevarnos el plató al salón de nuestra casa. Concretamente el salón era el lugar de la casa en el que más tiempo pasábamos juntos, habíamos compartido muchos momentos ahí y que pudiese formar parte de algo tan importante como es este proyecto, nos daba la oportunidad de sentir esa comodidad y ese sentimiento “familiar” que tanto anhelamos cuando grabábamos en el plató de la universidad. Poder sentarnos en el sofá como si fuese una charla más, no tener que ser correctos y poder dar nuestra opinión con total libertad era fundamental. Nunca nos habíamos planteado lo importante que era para desarrollar cualquier tipo de proyecto hacerlo en un lugar en el que te sientas cómodo, en el que puedas ser tú mismo y que no tengas que ponerte una máscara. Nos dimos cuenta de que ese tipo de dinámica era la que llevábamos buscando desde el principio.

En definitiva, hemos aprendido a realizar guiones, a seguir una estructura de preguntas, a saber qué transmitir con las expresiones corporales y a desenvolvernos con mayor naturalidad y confianza. Considero que hacer un podcast con formato de entrevistas y ponerlo en práctica con perfiles de personas totalmente distintos, nos servirá para desenvolvernos con mayor naturalidad en un futuro. Haber tenido la posibilidad de analizar todas nuestras expresiones tanto verbales como corporales nos ha permitido moldearnos en función de

6.3 Conclusión final.

A lo largo de este podcast hemos podido experimentar distintas emociones como enfados, alegrías, confusiones e incluso replanteamientos de la elección del Trabajo de Fin de Grado. Llevar un proyecto en grupo no es nada fácil; tener distintas ideas y maneras de hacer las cosas puede suponer en algunas ocasiones pequeños impedimentos para seguir adelante. Sin embargo, hemos sabido trabajar juntos y escuchar las opiniones del resto intentando buscar una idea común en la que todos nos sintiéramos representados.

Hemos aprendido a escuchar, a mejorar nuestro lenguaje corporal y verbal y a llevar a cabo un proyecto real. Toda nuestra evolución de principio a fin ha sido muy satisfactoria.

Este proyecto ha sido mucho más que el Trabajo de Fin de Grado, ha sido un claro ejemplo de lo importante que es una buena coordinación y trabajo en equipo, ha sido un empujón hacia la vida real y ha sido una clara toma de contacto de todos los inconvenientes que aparecen en el camino cuando intentas que un proyecto salga a la luz.

Mal y Tarde Vol.III ha sido la guinda del pastel, ha sido el empujón que necesitábamos para creer en nosotros, en nuestras habilidades y en nuestra capacidad de saber adaptarnos a las circunstancias. *Mal y Tarde Vol.III* nos ha enseñado lo que es la perseverancia y la resiliencia. Nos ha dado la oportunidad de dejar grabada en la historia del podcast universitario un pedacito de la esencia de cada uno de nosotros.

En este Trabajo de Fin de Grado ya no sólo hemos podido desarrollar nuestras facultades y realizar este proyecto académico para finalizar el grado, sino que nos ha permitido congelar en el tiempo distintos momentos que perdurarán y a los que siempre estaremos a un solo click de volver a revivir.

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Blanco Hernández, M., López Rivero, A.J., Rodero Antón, E., y Corredera de Colso. L. E. Evolución del conocimiento y consumo de podcasts en España e Iberoamérica. *Revista Académica Tripodo*. <http://documents.emmarodero.com/027-evolucion%CC%81ndelconocimientoyconsumodepodcasts.pdf>

Martínez Otón, L., Castillo Lozano, E., Martín-Nieto, R., Pedrero Esteban, L.M., y Pérez-Escoda, A. (2023) La producción de branded podcast en España: análisis de la oferta original en las plataformas de audio digital en 2022. *Revista Académica* https://institucional.us.es/revistas/Ambitos/62/ambitos_62_2023_03.pdf

Moreno Espinosa, P., & Román San Miguel, A. (2019). Podcasting y periodismo. Del periodismo radiofónico de inmediatez a la información radiofónica de calidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(1), 241-252. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.67303>

Piñeiro-Otero, T y Costa Sánchez C. (2011) Potencialidades del podcast como herramienta educativa para la enseñanza universitaria. *Ética Net*. <https://revistaseug.ugr.es/index.php/eticanet/article/view/16809/14578>

Ramos García, A. M., y Caurcel Cara, M. J. (2011). Los podcast como herramienta de enseñanza-aprendizaje en la universidad. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 15(1), 151-162. Universidad de Granada. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=56717469011>

Saborío Taylor, S. (2018). Podcasting: Una herramienta de comunicación en el entorno virtual. *Innovaciones Educativas*, 20(29), 95-100. Universidad Nacional Costa Rica. https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/19730/Podcasting_Una%20herramienta%20de%20comunicación%20en%20el%20entorno%20virtual.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Santiago, R. y Bárcena, E. (2016) El potencial del podcast como recurso didáctico para el desarrollo de las destrezas orales de segundas lenguas con dispositivos móviles. *Porta Linguarum: revista internacional de didáctica de las lenguas extranjeras*

https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/54089/art_5.pdf?sequence=1&isAllowed

≡

