

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

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



Universidad de Valladolid



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2023-2024

**Procesos de Producción en un Podcast Universitario: Mal y Tarde
Volumen III.**

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

BRUNO JOSÉ BRANDARIZ CASTRO

Tutores académicos: Tecla González Hortigüela y Jon Dornaletche Ruiz

SEGOVIA, julio de 2024

Índice

1. Introducción.....	4
1.1. Planteamiento del proyecto.....	4
1.2. Objetivos Generales y Específicos del Proyecto.....	5
1.3. Reparto de Responsabilidades entre los Integrantes del Equipo.....	6
2. El Podcast.....	8
2.1. Definición e Historia.....	8
2.2. Evolución e Impacto.....	9
2.3. Influencias Personales.....	10
2.3.1. The Joe Rogan Experience.....	10
2.3.2. Podpah.....	11
2.3.3. Flow Podcast.....	12
3. Origen Mal y Tarde.....	13
3.1 Volumen 1.....	13
3.2 Volumen 2.....	15
4. Identidad Visual.....	16
4.1. Explicación y Fases de la Composición.....	16
4.2. Evolución de los Logotipos.....	20
4.3. Miniaturas.....	20
5. Flujo de Trabajo.....	24
5.1 Preproducción.....	24
5.2 Producción.....	28
5.3 Postproducción.....	31
6. Conclusiones.....	34
7. Bibliografía.....	35

Enlace a los contenidos:

https://drive.google.com/drive/folders/1sHt33ObD4r_IzD654uTc5rxypGBBt33j?usp=sharing

Resumen.

Este Trabajo de Fin de Grado (TFG) está basado en el desarrollo del podcast “Mal y Tarde” creado por universitarios hace tres temporadas. A lo largo de este trabajo, se definen los procesos de planificación, producción y promoción del contenido audiovisual. El grupo, constituido por cuatro estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid, ha puesto en marcha una serie de innovaciones y estrategias para conseguir la atención del público objetivo, contribuir al emprendimiento y fomentar un espacio de diálogo sobre las realidades estudiantiles. Además, este TFG estudia la evolución de la identidad visual del podcast y las habilidades técnicas y colaborativas adquiridas durante el desarrollo del proyecto.

Palabras clave: podcast, contenido audiovisual, emprendimiento, comunicación identidad visual, universitarios, Publicidad y Relaciones Públicas, medios de comunicación, redes sociales.

Abstract.

This Final Degree Project (TFG) is based on the development of the podcast "Mal y Tarde," created by university students three seasons ago. Throughout this work, the processes of planning, production, and promotion of audiovisual content are defined. The group, consisting of four Advertising and Public Relations students from the University of Valladolid, has implemented a series of innovations and strategies to capture the attention of the target audience, contribute to entrepreneurship, and foster a space for dialogue about student realities. Additionally, this TFG studies the evolution of the podcast's visual identity and the technical and collaborative skills acquired during the project's development.

Keywords: podcast, audiovisual content, entrepreneurship, communication, visual identity, university students, Advertising and Public Relations, media, social networks.

1. Introducción.

1.1. Planteamiento del proyecto.

Mal y Tarde Vol III es un proyecto llevado a cabo por cuatro estudiantes, Belén Zozaya, Serhan Hasanov, Laura García y Bruno Brandariz, del cuarto curso de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Valladolid. Este podcast tiene como objetivo principal proporcionar entretenimiento a la comunidad universitaria, nuestra audiencia principal, y ofrecer una plataforma donde los invitados puedan dar a conocer sus proyectos, conocimientos y experiencias profesionales.

Para alcanzar este objetivo, hemos implementado una serie de cambios significativos tanto en la estética visual como en el formato del podcast respecto a las ediciones anteriores. En esta edición, nos hemos centrado en entrevistas a una o dos personas por episodio, con una duración promedia de 25 a 30 minutos. Esta estructura permite profundizar en las conversaciones y ofrecer contenido de valor a nuestros oyentes sin que se haga demasiado largo.

Además, para hacer el programa más dinámico y atractivo, hemos incorporado diversas dinámicas interactivas. Inicialmente, hemos incluido preguntas como "¿qué prefieres?", pero finalmente los hemos sustituido por rondas de preguntas rápidas sobre cultura general en los últimos episodios. También, hemos introducido una sección donde los próximos entrevistados responden a preguntas formuladas por anteriores invitados, lo que añade una continuidad y conexión entre los episodios. La pregunta distintiva que hacemos al final de todos programas, "¿contra qué animal crees que podrías ganar en una pelea a muerte?", es un elemento característico que añade un toque de humor y originalidad al podcast.

La elección del tema y formato del podcast se fundamenta en nuestro deseo de seguir siendo, como en las otras ediciones, un espacio de entretenimiento para los estudiantes universitarios. Sabiendo que gran parte de nuestros oyentes también estudian Publicidad y Relaciones Públicas sabemos que ellos valoran tanto el contenido como las conversaciones que ofrecemos en cada episodio y la manera que nos diferenciamos de otros podcast

convencionales. De manera individual me parece una forma interesante de profundizar en un proyecto de audiovisual, ramo al que me gustaría dedicarme en un futuro, y hacer un TFG práctico como este me parece una oportunidad interesante.

En términos de producción, etapa a la cual me ocupé yo, hemos intentado mejorar la calidad de video y de edición para asegurar una experiencia visual y auditiva óptima. Asimismo, hemos implementado estrategias de marketing digital para promocionar el podcast a través de redes sociales y plataformas de streaming, con el objetivo de aumentar nuestra audiencia y fomentar la participación activa de la comunidad universitaria.

Mal y Tarde Vol III es un proyecto innovador y dinámico que busca ofrecer entretenimiento de calidad y una plataforma de difusión para los universitarios, contribuyendo a la visibilidad y valoración de sus proyectos y experiencias dentro y fuera del ámbito académico.

1.2. Objetivos Generales y Específicos del Proyecto.

El presente proyecto, tiene como eje central el seguimiento del proyecto del podcast, pero ahora enfocado en dar voz a universitarios que lideran proyectos innovadores y emprendedores. En esta edición buscamos no solo ser una plataforma de difusión y visibilización de estos proyectos, sino también convertirse en un recurso para motivar a otros estudiantes a emprender sus propias iniciativas. En este apartado, se detallan los objetivos generales y específicos del proyecto, delineando las metas que guiarán el desarrollo y la implementación del podcast.

Objetivos Generales:

Dar voz a los universitarios emprendedores: Crear un espacio de comunicación y difusión para que los estudiantes de nuestra universidad puedan compartir sus proyectos, ideas y experiencias, visibilizando el talento y la innovación dentro del ámbito académico.

Contribuir al desarrollo de habilidades comunicativas: Para nuestra carrera creemos que es de esencial importancia desarrollar habilidades en comunicación, relaciones públicas y producción de medios y con el podcast pensamos que nos puede proporcionar una experiencia práctica en la creación y gestión de contenido audiovisual.

Creación de una nueva identidad visual: Buscábamos diferenciarnos de las anteriores temporadas para que el público notará un cambio, por lo tanto decidimos cambiar el logo y los colores.

Objetivos Específicos:

Fomento de la participación de la comunidad universitaria: Invitar a la comunidad universitaria a participar activamente en el podcast, promoviendo un sentido de pertenencia y apoyo mutuo entre los estudiantes.

Diversidad de invitados y de contenidos, es decir, para cada programa hemos buscado variedad entre los invitados y entre los temas que iban a abordar cada uno para poder cubrir los intereses de un público amplio y enriquecer tanto el contenido del propio podcast como a los espectadores.

Desarrollo de habilidades técnicas y creativas: Con el desarrollo del podcast pretendemos adquirir y perfeccionar habilidades en áreas como la edición de audio y video, la gestión de contenido, y la comunicación efectiva.

Desarrollo de una estrategia de marketing digital: Implementar una estrategia de marketing digital para promocionar el podcast a través de redes sociales, plataformas de streaming asegurando contenido como clips del podcast con el fin de mantener el interés y la participación de la audiencia.

1.3. Reparto de Responsabilidades entre los Integrantes del Equipo.

La distribución de las funciones dentro del equipo ha formado parte del plan que hemos seguido para lograr los propósitos establecidos de una manera mucho más efectiva. Aprovechando las capacidades de cada uno de los miembros, hemos optado por realizarlo de una manera estructurada y asignar diferentes roles para asegurar que cada integrante del equipo sea capaz de encargarse de una tarea en concreto y garantizar así el éxito del proyecto. A continuación, se explicará de manera detallada el papel que ha desempeñado cada uno de los integrantes del grupo para poder realizar una exitosa ejecución y publicación de cada uno de los episodios del podcast.

Serhan: Presentador y gestor de contenido en las redes sociales.

Se encargó de dirigir la publicación del contenido del podcast además de la edición de las historias para instagram, buscando fomentar la interacción con la audiencia y realizando la publicación relevante para el público. Esa labor de gestión de las redes es esencial para la interacción con el público.

Belén: Presentadora y redactora.

Su capacidad para comunicar las ideas de una manera más creativa y clara y su facilidad de redactar, nos sirvieron para la creación de copys, que llegasen de una manera mucho más cercana al espectador a través de las redes sociales, y la redacción de los guiones para los programas, para hacer la grabación más fluida y organizada.

Laura: Presentadora y editora de videos cortos.

Se ha encargado de elegir los mejores momentos de cada episodio para luego editar videos breves destinados a redes sociales como Tik Tok e Instagram Reels, con el propósito de llegar a una audiencia más amplia y lograr la viralización del podcast.

Bruno: Creador de contenido audiovisual y diseño gráfico.

Mis responsabilidades dentro del equipo se centraron en la producción audiovisual, la creación de la identidad visual, el desarrollo de todas miniaturas a Youtube y subir todo el contenido a la misma plataforma. Me encargué de seleccionar los equipos de grabación para asegurar una calidad de audio y video óptima. Durante las sesiones, me ocupo de las pruebas de sonido, monitoreo en tiempo real y gestionar los planos de cámara y la calidad del audio. También a través de mis conocimientos en diseño gráfico desarrolle una una identidad visual para el podcast creando un logotipo distinto a ediciones anteriores. Para Youtube diseñé todas las miniaturas en acorde a la identidad visual creada y a partir de las fotos que hacía de los participantes del podcast post grabación.

2. El Podcast.

2.1. Definición e Historia.

Un podcast se describe como una colección de archivos, ya sea de audio o video, de naturaleza digital organizados en episodios y con la posibilidad de ser reproducidos en línea o descargados en un dispositivo personal. En otras palabras, los podcasts ofrecen la flexibilidad de ser escuchados en cualquier momento, ya que se almacenan en la página web o plataforma donde se publican, permitiendo su reproducción en línea o su descarga para su reproducción sin conexión. Esto los hace muy populares entre los usuarios, quienes pueden disfrutar de contenido de calidad en cualquier momento.

“La palabra podcast es una junción de “*Pod*” , de “*Ipod*”, cuya sigla significa *Personal on Demand*, o “Personal sobre demanda” y cast, que viene de *broadcast*, o “transmisión” ” (Falcão, Bárbara Mendes, and Ana Carolina Temer, 2019).

Como viene del nombre, el origen del podcast está relacionado con la popularización de iPod. Este dispositivo diseñado y comercializado por Apple, se hizo un símbolo de una doble revolución: la primera fue la transformación del sistema de distribución del contenido musical y la segunda la transformación en la manera que las personas escuchan música. La introducción del iPod facilitó la distribución digital de la música, cambiando la percepción de música de una performance creativa para un objeto digital. La música digitalizada accesible vía internet, como archivos mp3 o MIDI, pasó a ser percibida como un archivo digital a ser descargado y almacenado.

“Nos encontramos ante una tecnología reciente en la que como hemos podido comprobar prima la simplicidad tecnológica. Los requerimientos técnicos que se necesitan para poder escuchar, reproducir, editar o compartir podcasts son mínimos: una computadora, un micrófono o grabador de audio digital, un programa de edición de audio que sea libre y gratuito” (Gutiérrez Porlán, I., & Rodríguez Cifuentes, M., 2010).

Este nuevo medio ha forzado a la radio a adaptarse a esta revolución en la web. Muchos programas de radio han comenzado a producir sus propios podcasts, disponibles tanto en sus propias aplicaciones como en plataformas externas como Spotify y YouTube.

2.2. Evolución e Impacto.

Esta revolución en la manera de difusión de contenido de audio y audiovisual tuvo y está teniendo un impacto enorme, en la actualidad, el número de podcasts en el mundo ha superado los 5 millones. Este crecimiento significativo se ha acelerado especialmente en los últimos años.

Este crecimiento está impulsado por un aumento en la popularidad de los podcasts y una mayor inversión en publicidad digital. Se estima que la audiencia semanal de podcasts solamente en los EE. UU. llegará a 109.1 millones de personas en 2024, lo que contribuye a la creciente confianza de los anunciantes en este medio.

El concepto de ubicuidad también es fundamental en la evolución del podcast. Gracias a la sindicación de contenidos a través de las redes sociales, los usuarios pueden recibir automáticamente los episodios nuevos de sus podcasts favoritos sin tener que buscarlos activamente. Esto ha facilitado el acceso a la información y ha hecho posible el aprendizaje en cualquier momento y lugar.

Además, la evolución de los dispositivos móviles ha contribuido de una manera significativa a la popularidad del podcast. Estos dispositivos, cada vez más pequeños y con mayor capacidad de almacenamiento, han permitido que los usuarios escuchen los podcasts que quieran en cualquier lugar, incrementando la flexibilidad y conveniencia de este medio en nuestras vidas.

El impacto del podcast en la sociedad y en distintos ámbitos ha sido notable. En el ámbito educativo, los podcasts se han convertido en una importante herramienta para el aprendizaje. Estos permiten distribuir muchos contenidos educativos y culturales de manera flexible, superando las limitaciones físicas del aula tradicional, permitiendo que los estudiantes accedan a recursos educativos desde cualquier lugar.

La popularidad del podcast también ha revolucionado los medios de comunicación. A diferencia de los programas de radio tradicionales, que tienen horarios fijos, los podcasts pueden escucharse en cualquier momento, adaptándose mejor a las necesidades y preferencias del público, proceso similar de las plataformas de video con la televisión. Además, la creación de podcasts es más accesible, permitiendo que individuos con un mínimo de conocimientos técnicos puedan producir y distribuir sus propios programas, democratizando así la creación de contenido.

2.3. Influencias Personales.

Las influencias personales son un aspecto fundamental para la creación del formato y temática que luego hemos utilizado para la creación de nuestra identidad. Así que en este apartado detallo los distintos podcasts que en mi caso me sirvieron de referencia.

2.3.1. The Joe Rogan Experience.

Figura 1. Portada programa “The Joe Rogan Experience”.



Nota: Imagen de portada del canal de The Joe Rogan Experience. (Youtube).

El podcast de Joe Rogan no lo suelo ver mucho debido al idioma que no entiendo muy bien todo, pero sí que ya vi muchas veces clips subtítulos de entrevistas a luchadores de MMA principalmente atletas de la UFC, competición la cual acompaño. Me encantan la sabiduría que tiene de dicho deporte y el flujo de conversaciones que crea con los invitados.

Contexto: podcast estadounidense presentado por Joe Rogan, un comediante, comentarista de artes marciales mixtas y presentador de televisión. Lanzado por primera vez en diciembre de 2009, el podcast ha crecido hasta convertirse en el podcast más escuchado del mundo. Rogan invita a una amplia variedad de invitados, incluidos comediantes, científicos, actores, atletas, políticos y figuras públicas de diversas disciplinas. El formato del podcast es generalmente entrevista a invitado a través de una conversación larga y sin guión, permitiendo a los invitados explorar temas en profundidad.

Contenido: El contenido del podcast es muy variado debido a la diversidad de los invitados, en sus 2159 episodios ya se habló prácticamente de todo pero generalmente los invitados están relacionados a la ciencia y tecnología, deportes y artes marciales, cultura y sociedad, entretenimiento y salud y fitness.

2.3.2. Podpah.

Figura 2. Portada programa “Podpah”.



Nota: Imagen de portada del canal del Podpah. (Youtube).

Podpah es el podcast que más escucho desde que lo conocí, los entrevistadores son dos jóvenes de edad parecida a la mía que tienen gustos y valores que también se encajan con los míos. Esta semejanza también se refleja muchas veces en los invitados, ya que muchos de ellos suelen coincidir con artistas que me gustan.

Contexto: podcast creado y presentado por dos youtubers brasileños Igor Cavalari (Igã) e Thiago Marques (Mítico), los dos ya eran conocidos en el mundo de los influencers de

comedia en Brasil y en 2020 crearon el podcast que hoy en día es el más escuchado de todo el país con más de 8 millones de suscriptores. Tal grandeza tiene el canal que ya no es solo un canal de podcast, ahora tienen 4 programas más; estos son:

- Batalha da Aldeia: batalla de gallos más conocida y escuchada de Brasil.
- Rango Brabo: programa de cocina enfocado más hacia la comedia.
- Podpah Visita: programa de visita a casa de famosos.
- Quebrada FC: programa de tertulia enfocado al fútbol brasileño e internacional.

Contenido: debido al carácter de ser un podcast de entrevista tiene un contenido muy amplio y variado, al principio era más enfocado a cantantes y personajes famosos de la periferia de Brasil pero hoy en día ya entrevistaron hasta al ex y al actual Presidente del país.

2.3.3. Flow Podcast.

Figura 3. Portada programa “Flow Podcast”.



Nota: Imagen de portada del Flow Podcast. (Youtube).

Este podcast fue el primero que empecé a escuchar con frecuencia y el que me *enganchó* al mundo del podcast, siempre buscan traer gente interesante aunque no sea conocida para los programas, lo que hace que se aprenda mucho sobre distintos ámbitos profesionales.

Contexto: creado por dos brasileños, Bruno Monteiro Aiub (Monark) e Igor Rodrigues Coelho (Igão), que creaban contenido de gaming en Youtube, dado al “fracaso” que ambos tuvieron con el mundo de los juegos, los dos se juntaron para crear un podcast inspirado en The Joe Rogan Experience, con el intuito de hacer entrevistas informales como si fueran conversaciones de bar. Actualmente cuentan con más de 5 millones de suscriptores y más de 370 episodios.

Contenido: como comentado anteriormente, Flow Podcast tiene un contenido muy amplio e informal igual que The Joe Rogan Experience, su influencia. En sus 377 episodios ya han hecho entrevistas sobre muchos temas.

3. Origen Mal y Tarde.

El proyecto de Mal y Tarde fue creado en 2021 por cuatro estudiantes y amigos (Ignacio Bartús, Rafael Atencia, Francisco Cano y Gonzalo Cruz) del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas con la idea de crear algo distinto a nivel audiovisual hasta la fecha.

Los cuatro fundadores del podcast anteriormente nunca habían trabajado en planificación y desarrollo de una idea como esta pero si que habían participado previamente juntos en breves cortos audiovisuales. Con materiales de grabación que dispone la universidad se lanzaron a crear una serie de cortos de forma totalmente improvisada creando historias ficticias con situaciones ficticias, bajo el canal de Puma Pride fue la primera vez que se juntaron para crear algo audiovisual juntos. Después de la repercusión que tuvieron dentro de la comunidad universitaria se planificaron para crear algo aún más grande y atractivo en el ámbito audiovisual, de ahí nació Mal y Tarde.

3.1 Volumen 1.

En esta primera edición del proyecto de Mal y Tarde fue todo novedad al ser el primero, se diseñó la identidad corporativa desde cero. Con el fin de llamar la atención y una rápida identificación, el logotipo estaba formado por una parte de texto con el nombre del programa “Mal y Tarde” con el color rosa, seguidos de dos cuadros de textos uno detrás de otro para

crearle un efecto de profundidad, cada uno de ellos con la tipografía Impactum. El texto del nombre del proyecto se encaja dentro de un rectángulo de color amarillo con líneas negras dentro de acorde a las palabras y otra rectángulo por detrás de color rosa (el mismo del texto principal) para crear un efecto de profundidad.

Figura 4. Portada programa “Mal y Tarde”.



Fuente: Imagen cedida por los integrantes de la primera edición.

Los creadores del proyecto adoptaron el formato video podcast e hicieron un total de 12 programas, los cuales se subían semanalmente todos los jueves a las 15:00. Dividieron los programas en dos estructuras, una de ellas era cuando llevaban a un invitado y realizaban entrevista de acorde a las características del invitado y la otra y más utilizada fue hablar de distintas temáticas entre los tres presentadores.

El objetivo principal era crear un medio de comunicación por y para los alumnos de Publicidad y RRPP, que sirviera como altavoz de las realidades internas y externas a la universidad que vivían los estudiantes, y generar un sentimiento de unión entre ellos y con la Facultad.

Los cuatro integrantes - Francisco Cano, Ignacio Bartús, Rafael Atencia y Gonzalo Cruz - tenían perfiles y responsabilidades diferenciadas pero complementarias entre ellos. Cano se encargó de la gestión del sonido y la producción audiovisual, mientras que los otros tres integrantes se centraron en la locución, creación de contenidos y gestión de redes sociales.

Con su creación el podcast se convirtió así en una oportunidad para desarrollarse como comunicadores y aprender de la experiencia. A la hora de elegir el formato, se inspiraron en tendencias de éxito actual como "La Vida Moderna" o "Yo Interneto", optando por una

conversación entre amigos con diferentes roles pero puntos en común, para que la mayoría de estudiantes se sintieran identificados.

3.2 Volumen 2.

En el volumen II del podcast Mal y Tarde, el equipo formado por Ángela Alonso, Fernando Del Nogal, Sandra Novoa y César Tobajas implementó algunas innovaciones y abordó diversas temáticas relevantes para los estudiantes universitarios, buscan dar voz al alumnado haciendo que se sientan libres para expresar cualquier idea, sentimiento o problema.

Los integrantes de esta edición se interesaron mucho por el proyecto ya que fueron seguidores de la primera edición del programa, el cual les atrajo el mundo del podcast como formato innovador para llegar a los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas del Campus Maria Zambrano.

Para generar mayor engagement e interés, el equipo lanzó una campaña de misterio en redes sociales previo al lanzamiento. Grabaron videos cortos con un tono policiaco aludiendo al programa *Equipo de Investigación*, con el fin de crear intriga a los oyentes y darse de conocer de una forma distinta.

Con el objetivo de promover el espíritu emprendedor entre los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas de nuestra Universidad, crearon una nueva sección llamada "Publicítate". Esta sección buscaba brindar una plataforma a los alumnos para promocionar sus proyectos y empresas, fomentando la colaboración e intercambio de ideas.

A lo largo de los episodios, Mal y Tarde Vol. II trató temas relevantes para la vida universitaria, como las dificultades a las que se enfrentan los alumnos tanto dentro como fuera de la universidad. Abordaron inquietudes, reflexiones y experiencias propias de los estudiantes, creando un espacio de diálogo y visibilización de sus realidades.

Para evitar descoordinación y hacer los programas más dinámicos, cada integrante iba introduciendo diversos temas según su conocimiento. Esto permitió hacer las conversaciones menos repetitivas y lograr una mayor participación de todo el equipo.

En resumen, Mal y Tarde Vol. II innovó con una campaña de misterio en redes, la sección "Publicítate", abordó temáticas relevantes para los estudiantes y adoptó una estructura dinámica y participativa. Estas iniciativas buscaron generar interés, promover el emprendimiento y reflejar las realidades universitarias desde una perspectiva cercana y humorística.

4. Identidad Visual.

Uno de los objetivos que quisimos hacer en el proyecto fue la creación de una nueva identidad visual, que surge de la necesidad de modernizar y revitalizar la imagen del programa para una mayor conexión con nuestra audiencia. Adoptamos un estilo más vintage y retro con una paleta de colores muy diferentes del anterior para reflejar mejor nuestros valores y la esencia del contenido que creamos en esta nueva edición.

4.1. Explicación y Fases de la Composición.

Para la creación del nuevo logotipo del podcast, utilicé Adobe Photoshop debido a los conocimientos que ya tengo del software y a su capacidad avanzada para el diseño gráfico y la edición de imágenes a parte de ofrecer una amplia gama de herramientas y funcionalidades, como la manipulación de capas, los efectos de texto, y la aplicación de filtros y texturas, que fueron cruciales para desarrollar el estilo que quise dar al logotipo.

En la renovación del logo del podcast, realicé cambios significativos tanto en los colores como en la tipografía, adoptando un estilo más vintage y retro. Opté por una paleta de colores cálidos y nostálgicos, que evocan una sensación de época pasada.

Figura 5. Muestra de la paleta de colores.



Fuente: Elaboración propia.

Azul, (#3aa1bf). Rojo (#bf3a50). Negro (#000000). Blanco (#ffffff).

Seleccioné una tipografía que presenta letras con trazos gruesos y delgados que crean un contraste atractivo, dando una sensación de sofisticación y claridad. Las formas de las letras son geométricas y bien definidas.

Tipografía: Andreas Regular

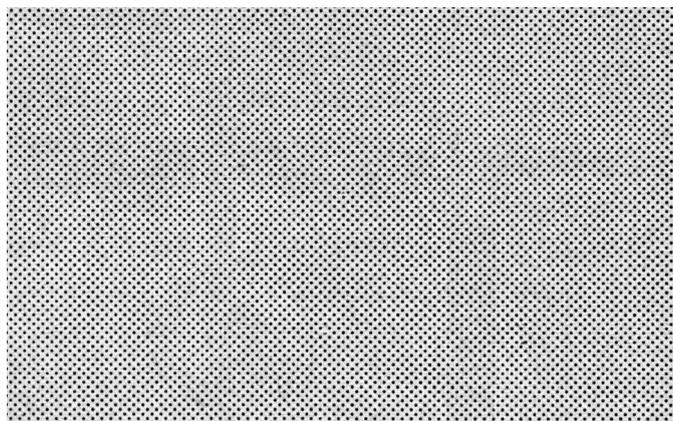
Figura 6. Muestra de la tipografía.

MAL Y TARDE

Fuente: Elaboración propia.

Para reforzar el carácter retro, apliqué al fondo un efecto *halftone*, una técnica que simula el aspecto de las impresiones antiguas, añadiendo una textura distintiva y auténtica al diseño.

Figura 7. Muestra de la textura Halftone.



Fuente: Freepik.

A pesar de estos cambios, mantuve el efecto de profundidad en las letras del logo anterior. Este elemento proporciona un sentido de dimensionalidad y realce visual, asegurando que el logo se destaque y sea reconocible. Aparte de este efecto de profundidad con el color negro a la tipografía escogida, posicioné los textos y cambié sus dimensiones para que “Mal” y “Tarde” tenga el mismo tamaño y cada uno con uno de los colores principales aunque estén en distintas líneas y la “y” más pequeña y con color blanco acompañando “Tarde” en la segunda línea.

Figura 8. Muestra de la textura Halftone.

The image shows the logo 'MAL Y TARDE' in a bold, black, sans-serif font. The word 'MAL' is on the top line, and 'Y TARDE' is on the bottom line. The 'Y' is smaller and positioned to the left of 'TARDE'. The entire logo is set against a background of a halftone dot pattern.

Fuente: Elaboración propia.

También a partir de muchas referencias de logos de podcasts que acompañó y debido a la representación que este tiene en los podcasts agregué la silueta de un micrófono. Este elemento simboliza y hace reconocible la naturaleza del contenido, señalando de qué se trata y también evoca la idea de comunicación, transmisión de ideas y narración, elementos esenciales del formato podcast.

Figura 9. Micrófono utilizado en el logotipo.



Fuente: Freepik.

Agregué por último el texto de “Vol.III” representando la edición que participamos y apartir de dos trazos, un blanco más grueso y un último negro, unifiqué todos elementos para mejorar la adaptación a distintos fondos y formatos. La combinación del nuevo estilo vintage con el efecto de profundidad crea un logo fresco y moderno adaptado a una estética más atractiva y coherente con nuestra nueva identidad visual.

Figura 10. Logotipo final.

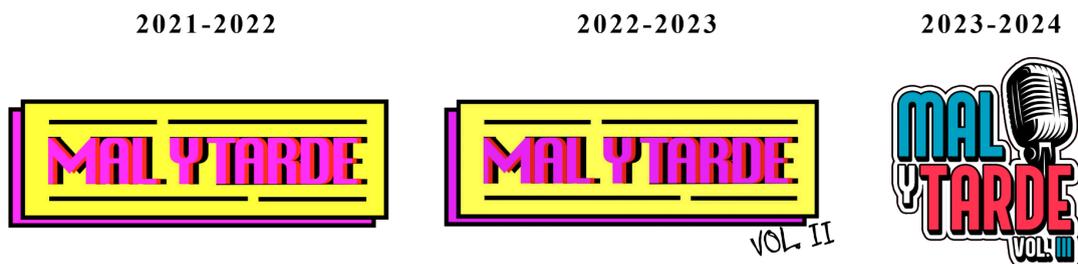


Fuente: Elaboración propia.

4.2. Evolución de los Logotipos.

Con la creación de esta nueva identidad visual, pudimos actualizar la imagen y diferenciarnos de las dos ediciones anteriores. Aunque en el volumen dos de Mal y Tarde, los integrantes cambiaron algunos detalles del logotipo anterior la esencia siguió la misma.

Figura 11. Evolución de los logotipos de las distintas ediciones de Mal y Tarde.



Fuente: Elaboración propia.

4.3. Miniaturas.

Las miniaturas del podcast en YouTube fueron diseñadas para reforzar la nueva identidad visual de Mal y Tarde. Cada miniatura incorpora la paleta de colores establecida para la identidad visual. La tipografía Andreas Regular se emplea para los títulos y descripciones, asegurando coherencia visual y legibilidad. Las miniaturas incluyen fotos de los presentadores junto a los invitados, con el nombre de los invitados o el nombre de sus proyectos, claramente visible abajo a la izquierda, con el intuito de humanizar el contenido, y también establecer una relación más personal con la audiencia. La inclusión de nombres y rostros reconocibles facilita la identificación rápida del episodio y su temática, incentivando a nuestra audiencia a ver el contenido.

Con la ola enorme de podcast que hay actualmente y siguiendo la línea de nuestras referencias de podcast creemos que utilizar miniaturas personalizadas es crucial porque son la primera impresión que los espectadores tienen del podcast. Las miniaturas bien diseñadas tienen más probabilidad de captar la atención y generar interés, aumentando las probabilidades de que los usuarios hagan clic en el video.

En resumen, las miniaturas personalizadas refuerzan aún más la identidad visual y la diferenciación hacia otros podcasts, al integrar elementos visuales coherentes con la identidad de la marca, se asegura una experiencia visual uniforme y profesional. Esta estrategia no solo mejora la estética del canal de YouTube, sino que también contribuye significativamente a atraer y mantener a la audiencia, promoviendo el crecimiento y la fidelidad del público.

Figura 12. Miniatura del capítulo 1 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 13. Miniatura del capítulo 2 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 14. Miniatura del capítulo 3 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 15. Miniatura del capítulo 4 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 16. Miniatura del capítulo 5 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17. Miniatura del capítulo 6 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 18. Miniatura del capítulo 7 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 19. Miniatura del capítulo 8 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 20. Miniatura del capítulo 9 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

Figura 21. Miniatura del capítulo 10 para Youtube.



Fuente: Elaboración propia.

5. Flujo de Trabajo.

El flujo de trabajo del proyecto tuvo dos fases, la fase en la que grabamos en el estudio , hasta el tercer episodio, y la fase en la que grabamos en casa. Todas las etapas de producción eran más simples en la grabación en el estudio cedido por la Universidad, pero para la mejora del contenido visual del podcast, cambiamos nuestra ubicación para crear una escenario más bonito, informal y cómodo para los presentadores e invitados.

5.1 Preproducción.

La preproducción es esencial para la gestión exitosa del podcast, asegurando que todos los elementos estén alineados y preparados para la grabación. Esto no solo mejora la calidad del producto final, sino que también hace que el proceso de producción sea más eficiente y efectivo.

En los tres primeros episodios la preproducción se basaba en el cuadramiento de horarios de los presentadores e invitados para las 18:00h de los lunes, hora que teníamos reservada para grabación en el estudio de radio de la universidad.

Materiales Técnicos:

Las especificaciones técnicas del material usado a lo largo de estos tres primeros programas, son las siguientes:

Cámaras:



AVer 340+ (x3)

Cámara perfecta para sala de reuniones debido a su calidad, practicidad y campo de visión. Imagen ultra nítida de hasta 4K.

Sistema de Audio de la Sala de Locución:



D&R Airmate 8

Esta mesa de audio cuenta con 6 entradas de micrófono balanceadas, cada una con alimentación fantasma +48, 12 entradas de línea estéreo, 2 puertos USB y dos híbridos telefónicos. Los canales 5 y 6 están equipados con interfaces Mic/Line y USB, lo que permite una transferencia de audio perfecta desde y hacia su PC.



The t.bone MB 60 (x4)

Respuesta en frecuencia: 50Hz - 16kHz

Patrón polar supercardioide

Sensibilidad: -52dB

A partir del cuarto programa cambiamos de ubicación, eso conlleva tener que adaptarnos a grabar fuera del estudio, donde todo siempre ya estaba preparado para la grabación. Tuvimos algunos desafíos como puede ser: el sonido, ya que ya no contábamos con un lugar aislado de ruido, y el traslado de material, antes en el estudio siempre estaba todo ahí y con el cambio de ubicación teníamos que recoger materiales de la Universidad para las grabaciones, siempre teniendo que avisar con cierta antelación. Para los micrófonos decidimos cambiar a unos micrófonos inalámbricos de solapa, ya que no podríamos hacer el transporte en cada grabación de los micrófonos de mesa. La logística cambió pero supimos adaptarnos a ella, los materiales que utilizamos, que proviene tanto de material propio como de la Facultad, en esta nueva etapa fue:



Sony A6700

Sensor CMOS Exmor R retroiluminado formato APS-C con 26 MP.

Unidad de procesamiento de IA innovadora con reconocimiento de sujetos, autoenfoco y seguimiento profesional.

Cámara mía personal y utilizada para el plan general.



Trípode Manfrotto

Gran rapidez para extender y ajustar las patas.

Ofrece una estabilidad mejorada en una variedad de superficies.

Cuenta con un conector Easy Link que permite agregar diversos accesorios, como luces LED, reflectores o monitores, directamente al trípode, convirtiéndolo en un estudio móvil

completo.



Sony ZVE10

Sensor CMOS Exmor APS-C de gran tamaño y 24,2 MP.
425 puntos (enfoque automático con detección de fases).
Cámara mía personal y utilizada para el plano de los dos presentadores del sofá en vertical.



Canon 1200D

Sensor CMOS formato APS-C de 18 megapíxeles.
Posibilidad de elección de puntos AF para un encuadre creativo.
Cámara cedida por la Universidad y utilizada para el plano de los invitados en el sofá en horizontal.



Trípode Joilcan AH75

Fabricado con una aleación de aluminio y magnesio, el trípode es ligero pero resistente. El Joilcan AH75 puede extenderse hasta una altura máxima de 177 cm (70 pulgadas), lo que permite captar imágenes desde una posición elevada. Incluye un conector de tornillo universal de 1/4 pulgada, que es compatible con la mayoría de las cámaras y dispositivos.



Hollyland Lark 150 (x2)

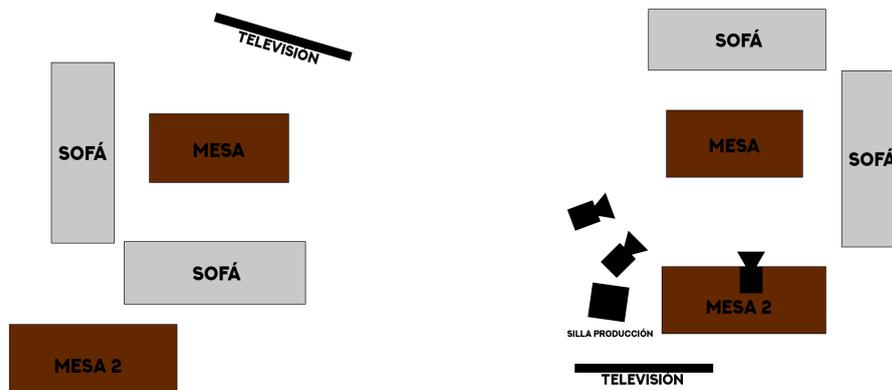
Viene con dos transmisores y un receptor, lo que permite grabar audio de dos fuentes simultáneamente. Incorpora tecnología de cancelación de ruido inteligente para garantizar una captura de audio clara y sin interferencias. Tanto los transmisores como el

receptor son pequeños y livianos, lo que facilita su portabilidad y uso discreto en diferentes entornos.

Escenario:

Uno de los grandes problemas que nos enfrentamos en el cambio de ubicación de grabación fue con el escenario, ya que lo grabamos en mi piso y cada día de grabación teníamos que cambiar toda la organización del salón para montar el setup que deseábamos. Una hora siempre antes de grabar teníamos que mover sofás, mesas, televisión y poner todos los objetos decorativos.

Figura 22. Planta de escena del escenario.



Fuente: Elaboración propia.

El acondicionamiento acústico empeoró mucho, ya que a pesar de que cada vez intentamos minimizar al máximo los ruidos externos a través de desactivar dispositivos ruidosos y cerrar todas las ventanas y persianas, el salón donde grabábamos no tenía el mismo acondicionamiento que el estudio de radio de la facultad.

5.2 Producción.

Después de la selección de los equipamientos ideales para la grabación y la configuración del espacio, llega la etapa de producción. Esta es crucial, ya que es el momento donde se captura el contenido principal. Cada detalle es determinante para asegurar la mejor calidad de video y

audio para así generar una buena experiencia para nuestros oyentes. Es necesario tener un amplio conocimiento de los materiales y equipos que se van a utilizar para realizar el trabajo de forma correcta y así no cometer demasiados errores que después hay que arreglar en postproducción.

Durante el periodo de grabación en el estudio cedido por la Universidad, la etapa de producción era mucho más sencilla. Antes de la grabación indicaba a los invitados y recordaba a los presentadores como se debían portar con el micrófono de mesa, intentando no tocar mucho la mesa ni los cables e intentar hablar siempre a la misma distancia y con el mismo tono de voz. Antes de comenzar la grabación realizamos algunas pruebas iniciales de sonido, para verificar los niveles de audio de cada uno y ajustar la ganancia para que los niveles de entrada no fueran ni demasiado bajos ni demasiado altos, buscando siempre un pico entre -12db y -6db. Con el sonido entrando bien en la mesa de audio, me encargaba de mirar los distintos planos que tenía preparado en el OBS Studio, para tener la agilidad de cambiar los planos de forma correcta durante el podcast.

Durante la grabación hay un monitoreo continuo en tiempo real para poder detectar y corregir problemas en caso que los haya, el uso de auriculares es de extrema importancia para asegurar que todo suena correctamente. Algo que me ayudó mucho también fue la activación del modo estudio en el OBS Studio para poder tener una vista previa del plano antes de pasarlo al programa. La dificultad de esta primera fase de grabación en el estudio fue que todo se hacía en directo, todos los cambios de planos, ajustes de sonido, etc. Tuve algunos errores, los cuales me sirvieron para aprender. En el segundo y tercer episodio el sonido de uno de los presentadores lo deje bastante más alto que el resto de los participantes, lo que me supuso muchos problemas en postproducción ya que el OBS Studio genera solo una pista de audio en el resultado final.

Después de la sesión de grabación, era de esencial importancia llevar un pendrive para poder pasar el archivo de video que creamos a través de OBS, ya que el ordenador del estudio de radio cada vez que se apaga borra todos los archivos que están dentro.

A partir del cuarto programa empezamos a grabar en mi casa, esta etapa fue un poco más complicada por la cantidad de materiales que necesitábamos montar en cada programa, sin

embargo, facilitó el proceso de corrección de errores. Ahí, empezaba pidiendo que todos los participantes se sentarán en el sofá en la posición definitiva que mantendrían durante la grabación para poder colocar las cámaras en sus respectivos trípodes y buscar la posición adecuada de estas para encontrar el ángulo deseado. Para ello, una cámara se apoyaba en la mesa del salón por falta de un tercer trípode. Con las cámaras ubicadas y todas en su ajuste (1920x1080 30fps) el siguiente paso era microfonear a todos los participantes enseñando a cada uno cómo debían pasar el cable y cómo posicionar el micrófono para que no esté en contacto con nada que pueda producir ruido al sonido. Tras eso, conectaba los dos micrófonos inalámbricos a las cámaras, así el sonido de los micrófonos iba directo a la grabación de la cámara a la que estuviese conectada. Cuando eran 2 invitados, o sea, 5 participantes en total, se necesitaba un micro de cable que se ponía a la última persona sentada en el sofá en vertical para que no se notará el cableado y ese cable se conectaba a la última cámara. Después de eso, dependiendo del tono de voz de cada participante ajustaba el nivel de grabación de sonido de la propia cámara a la que va la señal de audio. La ventaja de grabar así es que dos micrófonos se conectan a una cámara, otros dos micrófonos a otra de las cámaras y en caso de que haya un tercer micro se conecta a otra. Cada cámara grababa en una pista de sonido, pero en estéreo, de modo que cada micrófono es un canal de la pista, así la corrección en caso de grabar a una persona más alta que a la otra tiene un arreglo mucho más simple en postproducción que en el otro caso.

Con el sonido controlado y todas la cámaras en su plano, el siguiente paso es poner todas las cámaras a grabar, pero claro, no todas cámaras empiezan a grabar a la vez así que para cuadrar el audio y el video en postproducción antes que empiecen, Serhan, el presentador del podcast daba una palmada como alternativa a una claqueta de cine. La fase siguiente se basaba en el monitoreo de todos los elementos, a través de un casco, solo podía monitorear el audio de una cámara, solía escoger la que está conectada con el audio del invitado.

En general, todo el monitoreo en esta fase fue sencillo, al acabar la grabación en una cámara tenía que sacar la tarjeta SD de ella para pasar directamente el archivo de video a mi disco duro externo, ya que una de ellas no era mía sino de la Universidad. Durante el proceso de recoger tenía que extremar el cuidado ya que se trata de materiales muy caros y algunos de ellos debíamos devolverlos a la Universidad en perfecto estado.

Si bien el nuevo set de grabación nos proporcionaba ciertas ventajas, también había algunos inconvenientes de grabar así. Por ejemplo, una de las cámaras solo grababa hasta el minuto 30, después de manera automática dejaba de grabar, así que era de extrema importancia estar atento al tiempo para que esta cámara no quedará durante un tiempo apagada, ya que en algunas ocasiones había un micrófono conectado a ella.

5.3 Postproducción.

La postproducción sirve para pulir y perfeccionar todo el contenido grabado para asegurar un resultado final de alta calidad. Este proceso implica algunas tareas técnicas y creativas que mejoran la experiencia del oyente garantizando que el video y el audio cumplan ciertos estándares.

La principal función de esta fase de la producción es la edición del audio y vídeo, permitiendo corregir ciertos errores cometidos durante la grabación, eliminando pausas incómodas, sincronizando sonido e imágenes y añadiendo la intro.

Durante todos los episodios he utilizado distintos softwares para cumplir distintas funciones. En la primera etapa, cuando grabamos en el estudio, la grabación se hacía directamente desde OBS Studio, este permite grabar en vivo con cambios de escena en tiempo real, lo que reduce significativamente la carga de trabajo en la postproducción. Al poder hacer ajustes en vivo, como cambios de cámara, overlays gráficos y transiciones, se minimiza la necesidad de edición extensa después de la grabación, ahorrando tiempo y recursos el video sale prácticamente acabado así apenas tenía que agregar en postproducción la intro del podcast desde Adobe Premiere Pro, el mismo programa en que creé la misma.

Con la migración de las grabaciones hacia nuestro piso, el proceso de postproducción fue el que se volvió más trabajoso. En esta etapa toda la edición la hice con Adobe Premiere Pro debido a diferentes características como pueden ser: interfaz intuitiva, potentes herramientas de audio, efectos y transiciones profesionales, compatibilidad de formatos y principalmente porque es un software con el cual ya tengo experiencia y con el cual pude utilizarlo más veces.

Debido a que durante las grabaciones utilizaremos tres cámaras, cada una conectada a micrófonos inalámbricos, permitió capturar el audio directamente en las cámaras, facilitando la sincronización de audio y video en la fase de edición. Esta técnica junto a la palmada de Serhan al empezar la grabación redució la necesidad de una sincronización manual laboriosa en postproducción. Sin la palmada el proceso se vuelve mucho más complicado y agotador, cosa que pasó en el primer programa que grabamos en la nueva ubicación.

En la etapa de postproducción, la primera tarea es importar todos los archivos de video y audio a Adobe Premiere, los cuales debido a sus duraciones que solían rondar los 30 - 40 minutos tenían un peso enorme ultrapasando los 5gb cada video, así que era un gran peso para el software ya que eran 3 videos y debido al problema de la cámara Canon cuando el video tenía más de 30 minutos se separaban en dos, todo esto hace que Premiere funcione más lento. Aunque gracias a la grabación sincronizada, el proceso de alineación de audio y video fue más eficiente. A continuación, viene el proceso más largo de la postproducción, entre los videos de las tres cámaras voy haciendo todos los cortes de cambios de escena de acorde con el audio para mantener el dinamismo visual del podcast buscando siempre el mejor plano para cada momento.

La edición de cada episodio incluye la incorporación de una intro que fue la misma diseñada y utilizada en los tres primeros programas. Esta intro sirve para establecer el tono y la identidad visual del programa y sirve como un sello distintivo que los espectadores pueden reconocer. Después de insertar la introducción, procedo a revisar el contenido principal del episodio, eliminando cualquier error o segmento innecesario para mantener un flujo continuo y atractivo.

Una parte esencial de la postproducción fue la corrección de color a través de la herramienta de Color Lumetri de Adobe Premiere para ajustar el balance de blancos, la saturación y el contraste de cada clip, asegurando una apariencia visual uniforme y profesional, ya que al grabar con distintas cámaras de distintas marcas la colorización de las imágenes aunque se graben con las mismas configuraciones son diferentes.

La mezcla de audio se realizó para garantizar que todas las voces fueran claras y equilibradas, eliminando ruidos de fondo y ajustando los niveles de volumen según fuera necesario.

Finalmente, después de haber corregido y ajustado todo exporto el episodio en formato mp4 y mp3 para su distribución en distintas plataformas (Youtube y Spotify) asegurando mantener la mayor calidad de video y audio. Con Adobe Premiere, pude realizar una postproducción detallada y profesional que elevó significativamente la calidad de nuestro podcast, proporcionando una experiencia de visualización y escucha óptima para la audiencia.

El proceso de creación de las miniaturas para Mal y Tarde en YouTube fue un diferencial este año para mantener una identidad visual coherente y atractiva. Utilicé Adobe Photoshop para diseñar cada miniatura, asegurándome de que se refleje fielmente el estilo visual que creamos para esta edición. Para ello, empleé consistentemente los mismos colores y tipografías establecidos en la identidad visual del programa. Cada miniatura destaca elementos clave del episodio, como imágenes de los invitados junto a los presentadores y texto con sus nombres o de sus proyectos, para captar la atención de los espectadores. Para las imágenes al final de cada programa juntábamos todos participantes y les hacía una foto ya pensada para este proceso. Creemos que este enfoque reforzó la marca del podcast, creando una experiencia unificada y profesional en todas nuestras plataformas de distribución.

Tras la exportación del archivo final desde Adobe Premiere, y la creación de la miniatura creadas en Photoshop es el momento de la subida del podcast a las plataformas digitales, como soy yo quien exporto el video y hago la miniatura me encargo de subir el video a Youtube. Al subir el video, optimizamos títulos, descripciones y etiquetas para mejorar la búsqueda y la visibilidad del episodio. Finalmente, promovemos el video en redes sociales, asegurando una amplia difusión entre nuestra audiencia objetivo.

Material Utilizado en Postproducción:



Asus TUF A15

AMD Ryzen 5 7535 H equipado con 6 núcleos

16GB RAM DDR5 5600Mhz

512GB SSD

GeForce RTX 3050

6. Conclusiones.

El desarrollo y ejecución del podcast *Mal y Tarde Vol III* como parte de mi Trabajo de Fin de Grado (TFG) en Publicidad y Relaciones Públicas ha sido una experiencia muy enriquecedora que pude abarcar diversos aspectos del ámbito audiovisual, del diseño gráfico, y de la gestión de proyectos. A lo largo de este proceso, he tenido la oportunidad de adquirir y aplicar una amplia gama de habilidades que van desde la implementación de estrategias de promoción hasta la creación de la nueva identidad visual y el trabajo en equipo.

Uno de los aprendizajes más significativos que he tenido con la realización del podcast ha sido la creación de una nueva identidad visual. Este proyecto implicó un profundo entendimiento de la marca y la audiencia, así como la capacidad de transformar conceptos abstractos en elementos visuales coherentes y atractivos. Utilizar Adobe Photoshop me permitió explorar y aplicar diferentes estilos, colores y tipografías, logrando un diseño que no sólo modernizó la imagen del podcast y encajó con nuestros valores, sino que también resonó con nuestra audiencia objetivo. La elección de un estilo vintage y retro, combinado con el uso de efectos como el halftone, resultó en una identidad visual distintiva y profesional que fortalece la percepción del podcast.

La postproducción fue otro pilar fundamental de aprendizaje en este proyecto. Utilizar OBS Studio en nuestra primera etapa de grabación nos permitió capturar contenido en tiempo real con una alta calidad de audio y video, asegurando una experiencia de usuario fluida y profesional, aprender de este programa ya me ha ayudado para el desarrollo de otros proyectos personales. La grabación con tres cámaras diferentes fue muy importante para reforzar mis conocimientos sobre todos sus componentes y el poder de decisión en tiempo real. La edición en Adobe Premiere facilitó la integración de múltiples pistas de audio y video, la adición de efectos visuales, la corrección de color y la inclusión de una intro personalizada. Estas herramientas fueron esenciales para mantener un alto estándar de producción y para superar los diferentes desafíos técnicos que surgieron durante el proceso, aparte de tener la posibilidad de desarrollar mis conocimientos en dichos programas en un proyecto real que podré utilizar como portfolio para mi futuro profesional.

Además, la promoción del podcast requería estrategias bien definidas para alcanzar y atraer a nuestra audiencia, algo que hicimos los cuatros integrantes juntos al principio del proyecto. Desarrollar y ejecutar estas estrategias junto a mis compañeros implicó una comprensión profunda de las plataformas de redes sociales, técnicas de marketing digital, y la importancia del contenido visual atractivo. El diseño de miniaturas personalizadas para YouTube, utilizando los colores y tipografía de la marca funcionó para crear una identidad visual más fuerte al programa, además de

El trabajo en equipo fue un componente crucial del éxito de este proyecto. Colaborar con tres compañeros más me permitió experimentar de primera mano la dinámica y los desafíos de trabajar en un entorno de equipo. Aunque notamos problemas en la gestión del tiempo entre los integrantes para dedicar al proyecto debido a que todos estábamos involucrados también en el Festival de Publicatessen y no pudimos desarrollar todas nuestras ideas, notamos que la comunicación, la división de tareas y la gestión del tiempo fueron habilidades esenciales que desarrollamos conjuntamente. Cada miembro del equipo aportó sus fortalezas, lo que nos permitió abordar diferentes aspectos del proyecto con mayor eficacia y creatividad. Esta experiencia no solo mejoró mis habilidades de colaboración, sino que también me enseñó la importancia de la cohesión y el apoyo mutuo en la realización de proyectos complejos.

En resumen, la realización del podcast *Mal y Tarde Vol III* ha sido una experiencia integral que abarca todos los aspectos de un proyecto audiovisual, desde la concepción y diseño hasta la producción y promoción. Este proyecto me ha proporcionado una valiosa oportunidad para aplicar conocimientos teóricos en un contexto práctico, desarrollar nuevas habilidades técnicas y creativas, y trabajar eficazmente en un entorno colaborativo. Las lecciones aprendidas y las habilidades adquiridas a lo largo de este proceso serán muy importantes para mi desarrollo profesional futuro en el campo de la publicidad y las relaciones públicas.

7. Bibliografía.

A Domínguez, J Dornaletche - ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías ..., 2013

Atencia, R. Bartús, I. Cano, F. Cruz, G. (2022, julio). Creación de contenido audiovisual de entretenimiento. Un Podcast en el Campus María Zambrano. Universidad de Valladolid.

Alonso, A. Del Nogal, F. Novoa, S. Tobajas, C. (2023, junio). Creación de contenido audiovisual de entretenimiento. Un Podcast en el Campus María Zambrano. Universidad de Valladolid.

Crafters, V. (2024, 18 enero). The Incredible Evolution of Podcasts | Voice Crafters. Voice Crafters. <https://www.voicecrafters.com/es/blog/the-incredible-evolution-of-podcasts/>

De Benito, C. (2023, 16 agosto). El podcast, un fenómeno que no deja de crecer pero del que sólo viven 6 de cada 100 creadores. El Español. <https://acortar.link/DoMT7f>

FALCÃO, B. M., & TEMER, A. C. R. P. (2019, September). O podcast como gênero jornalístico. In Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Vol. 42, pp. 1-14).

Gutiérrez Porlán, I., & Rodríguez Cifuentes, M. (2010). Haciendo historia del podcast. Referencias sobre su origen y evolución. Podcast educativo. Aplicaciones y orientaciones del m-learning para la enseñanza.

Historia del podcast – AcademiaLab. (s. f.). <https://academia-lab.com/enciclopedia/historia-del-podcast/>

Meijomil, S. (2017, 29 abril). ▷ Qué es un podcast, para qué sirve y cómo hacer uno. <https://www.inboundcycle.com/diccionario-marketing-online/podcast>

US podcast revenue (2015–2025) [Updated Jan 2024] | Oberlo. (s. f.). Oberlo. <https://www.oberlo.com/statistics/podcast-revenue>

<https://marketsplash.com/estadisticas-de-podcast/7>