

Grado en Periodismo

TRABAJO FINAL DE GRADO

# Te lo cuento

URL: <https://telocuentoo.wixsite.com/website>

 @tlocuentoo

 @tlocuentoo

**Autora del trabajo:** Claudia Dolz Tornador

**Tutora del trabajo:** Barbara Villuendas Doménech

**Modalidad del trabajo:** Línea C2. Medio digital especializado

**Curso:** 2022-2023

## Índice

<b>1. Introducción.....</b>	<b>3</b>
1.1 Presentación del tema y justificación de su interés e importancia... ..	3
1.2 Justificación del nombre de la publicación... ..	4
1.3 Objetivos a conseguir y público objetivo... ..	4
<b>2. Diseño de la publicación.....</b>	<b>5</b>
2.1 Análisis de la competencia... ..	5
2.2 Características básicas de diseño e identidad corporativa (colores, tipografías, etc.).....	6
2.3 Estructura del medio. Explicación y justificación de las secciones. ....	7
2.4 Plataforma que se utilizará y justificación.....	9
2.5 Elección de redes sociales y justificación.....	10
2.6 Previsión de gastos e ingresos.....	10
<b>3. Contenidos de la publicación... ..</b>	<b>11</b>
3.1 Justificación del interés y enfoque de las piezas... ..	11
3.2 Fuentes y documentación utilizada en la elaboración de los contenidos... ..	12
<b>4. Valoración final.....</b>	<b>16</b>
<b>5. Resumen ejecutivo en inglés.....</b>	<b>18</b>
<b>6. Anexos... ..</b>	<b>20</b>
6.1 Plan de preproducción... ..	22
6.2 Publicaciones en el cibermedio... ..	24
6.3 Cuadro de fuentes personales... ..	26
6.4 Publicaciones en redes sociales... ..	29

## **1. Introducción**

### **1.1 Presentación del tema y justificación de su interés e importancia.**

*Te lo cuento* es un cibermedio especializado en podcasts, en el que encontraremos información sobre el formato contada desde la propia experiencia de profesionales del sector y de personas que se dedican a crear y difundir un producto con este formato, dando una visión interna más personificada que ayuda a entender la creación, el uso y consumo del mismo. Asimismo, también se pueden leer noticias, reportajes y crónicas, que potencian y dan fuerza al proyecto.

Apreciamos una variedad de piezas que tratan sobre audio, audio digital y podcast que hace que conozcamos más sobre el mismo. Las piezas están muy adaptadas al formato auditivo, podemos apreciarlo en las publicaciones y la utilidad del audio que he desarrollado a lo largo del trabajo, asimismo, en la cantidad de capítulos interactivos que he creado, además, de las versiones auditivas de las noticias, paralelamente a la versiones escritas, que he ido publicando a lo largo de la realización del medio.

Según varios estudios de las grandes plataformas internacionales de escucha, hemos experimentado un incremento del consumo de podcast desde los últimos años y este crecimiento sigue aumentando de forma exponencial. Según la encuesta más reciente realizada por iVoox, en la que han participado 2951 usuarios, y en la que se ha tenido en cuenta tanto datos de la plataforma, como la realización de un análisis para conocer las últimas tendencias y la evolución del sector.

Se ha demostrado que el consumo de podcast en España se ha duplicado en un año, alcanzado un promedio de 9,5 horas de escucha por semana frente a las 19,8 horas al mes registradas en 2021, un hábito que se produce a diario en la vida de un 42,5 por ciento de oyentes.

Asimismo, el Informe Digital 2022 de Hootsuite, demostraba que el 21,3 por ciento de los usuarios españoles, escucharon podcasts el pasado mes de febrero a través de internet. Audible, la compañía de Amazon que vende y produce contenido de audio hablado, ha demostrado que España, se encuentra en lista de los países

Europeos con mayor consumo de audiolibros y podcast, superando a países como Reino Unido, Francia, Italia y Alemania.

## **1.2 Justificación del nombre de la publicación.**

El nombre *Te lo cuento*, surgió de una lluvia de ideas que llevé a cabo al inicio del estudio, y que tras varias opciones y alternativas, finalmente este fue el escogido.

Esta fue mi decisión, en primer lugar porque no es un nombre muy cerrado, si no que te permite tener la mente abierta para imaginar cualquier cosa, en segundo lugar me agradó que no incluyera ninguna referencia a la palabra *podcasts* que es algo que no quería que ocurriera, asimismo a palabras similares o parecidas como podrían ser *podcasters* o *audio*.

Es un nombre que, bajo mi punto de vista, ofrece confianza y familiaridad, haciendo referencia incluso a una frase comúnmente utilizada como es : “ahora te lo cuento”.

Me parecía interesante porque era una forma de contar o hablar sobre un tema sin tener que indicar en el propio título nada relacionado con el mismo.

## **1.3 Objetivos a conseguir y público objetivo.**

Uno de los objetivos principales es dar a conocer el audio, haciendo productos llamativos y originales en los que se interactúe con los protagonistas de podcasts nacionales que puedan contarnos su experiencia, siendo así una forma más familiar y menos intrusiva a la vez que agresiva de aportar información de calidad sobre los podcasts.

Otro de los objetivos que se pretende conseguir es enseñar el funcionamiento desde dentro, preguntando a profesionales de la comunicación que han estudiado el formato además de productores de podcasts que nos puedan hacer un análisis de su funcionamiento, sus variedades, sus características y mucho ,más que nos adentre al mundo del formato.

Otro de los objetivos era generar una comunidad de oyentes con los capítulos que he ido creando y publicando, a través del consumo y escucha de mis podcasts, así como, ser prescriptora de podcasts y contenidos interesantes.

Transmitir importancia y generar interés por su historia y su trayectoria, a aquellas personas que no conocían el formato o tenían muy poca información sobre el mismo, además, motivarlos para que consuman podcasts y que les resulte una inversión útil de su tiempo.

Y un objetivo imprescindible y el cual me resulta uno de los más importantes, ya que va dirigido a mi público objetivo, es hacer llegar a los jóvenes la necesidad e importancia del audio en nuestros días. Ya que según Statista, un portal de estadística alemán en el que encontramos datos relevantes de estudios de mercado y opinión, nos indica que la población con edades comprendidas entre los 15 y 35 años parecen ser los más proclives a escuchar podcasts en el mundo. Por tanto, *Te lo cuento* va destinado a jóvenes de entre 15 a 35 años, ya que según este estudio son a los que más les puede interesar el formato y me parece las edades idóneas para querer consumirlo.

## **2. Diseño de la publicación**

### **2.1 Análisis de la competencia.**

En la actualidad encontramos estudios, proyectos, newsletters, blogs personales y otros formatos, que recogen información similar a la que podríamos encontrar en *Te lo cuento*, no obstante, no encontramos ningún medio que esté especializado en podcasts, que cuente con la misma estructura que he utilizado yo, ni que informe ni hable desde las perspectivas que encontramos en mi cibermedio.

Algunos ejemplos claros de mi competencia serían los siguientes:

- *Sonograma*, es una nueva newsletter que trata los podcasts, el audio y la cultura sonora, ofrecerá recomendaciones y consejos sobre qué escuchar y cómo escucharlo, estará a cargo de Pablo Fernández Delkáder, adjunto a la dirección de PRISA Audio.

- *Escucho Podcast*, es otra newsletter, dirigida por Pablo Fisher. En ella podemos encontrar recomendaciones de podcasts para escuchar, enlaces de interés, así

como contenidos destacados de la web como reseñas y entrevistas sobre podcasts en español. Se trata de un boletín informativo independiente y de autor, pensado para personas que escuchan podcasts y que se toman éstos como parte de la cultura digital.

- *Podcastera Valenciana*, una cuenta de twitter que publica todas las novedades que encontramos en la Comunidad Valenciana en referencia al podcast. Fue creada y a día de hoy la dirige Xavier Martínez, un periodista de Sagunt que forma parte de la primera promoción del Máster en Podcasting y Audio Digital de Barreira Arte y Estudio en Valencia.

Éstos pueden ser una serie de ejemplos que podemos encontrar en internet que ofrecen unos contenidos similares a los que encontraremos en mi cibermedio. Sin embargo, no son muchos los medios que encontramos especializados en podcasts, por lo tanto pienso que *Te lo cuento* puede resultar muy útil para todo aquel que quiera interesarse por el mundo del audio digital, además de encontrar en el medio un punto de vista original e interesante a la hora de hablar del formato.

## **2.2 Características básicas de diseño e identidad corporativa (colores, tipografías, etc.).**

He querido seguir un diseño minimalista en el que he utilizado colores neutros, pasteles inclinados un poco a los tonos tierra y cálidos, pero apreciamos mucha abundancia del blanco y de colores claros que le dan paz, luz y tranquilidad a la hora de leer y escuchar las respectivas piezas.

Pretendía que diera la sensación de limpio, además de un lugar tranquilo para visitar y ver que esta todo ordenado, para ello he utilizado el tipo de letras Times New Roman, en casi todas las publicaciones, así como en los post en las redes sociales, para que diera la sensación de ser minimalista, aún así, en el momento en el que mencionaba el nombre del medio lo escribo en cursiva para destacarlo y darle un visión más clásica.

He seguido unos diseños en las publicaciones y en las respectivas secciones

bastante limpios, sin que hubiera muchas imágenes o muchos recursos gráficos y visuales que interrumpieran la lectura y ver lo que realmente era importante. Hacía uso de una base de un color neutro (rosa pastel, blanco, beige o blanco roto) y sobre ella incluía formas de diferentes colores que contrastan con el fondo y dieran un poco de dinamismo a la publicación.

Para los capítulos que he ido publicando he utilizado la base de la canción San Lucas de Kevin Kaarl, un cantante, compositor y músico mexicano de música folk, que compone sus propias letras y hace un habitual uso de las guitarras como base instrumental para sus canciones. Me parecía una base idónea para lo que quería conseguir al principio y al final de cada uno de los capítulos, siendo la paz y la naturalidad la base de esta elección y guardando una correlación bastante evidente entre la canción escogida, el autor y el diseño del proyecto, la canción estaba libre de derechos de autor.

### **2.3 Estructura del medio. Explicación y justificación de las secciones.**

En la primera parte del cibemedio, nada más abrir el enlace que nos lleva a él vemos una imágenes en blanco y negro y la frase: *Te lo cuento, medio de comunicación sobre podcasts*. Al bajar un poco se pueden ver tres publicaciones realizadas, que aparecen destacadas en la pantalla de inicio.

En el medio encontraremos 4 secciones: **“Actualidad”**, **“Estudio”**, **“Podcasters”** e **“Innovación”**. En cada una de ellas aparece una breve descripción de los contenidos que se pueden encontrar.

La primera de las secciones es la de **“Actualidad”**, en ella podremos leer noticias sobre algún hecho relevante que ha ocurrido recientemente en el mundo del podcast y el audio digital, sin embargo, también encontraremos noticias con datos interesantes y útiles sobre los podcasts, que servirán de contextualización, para los lectores. Al tratarse de un cibemedio en el que se le da cierta importancia al audio, todas las noticias estarán en su versión escrita y radiofónica, esta última versión se encuentra en la parte superior, una vez se habrá la sección, justo abajo de la breve

introducción se encuentra el botón “escuchar” que redirecciona a las versiones en audio de las respectivas noticias.

La segunda sección del medio se llama “**Estudio**”, es la sección más extensa y en ella se encuentran la mayoría de las piezas que he realizado, predominan fotografías, entrevistas con profesionales que se han especializado en el formato podcasts, crónicas que he desarrollado sobre eventos o hechos relacionados con el podcasts, un reportaje en el que se trata un tema muy interesante sobre publicidad y audio digital o podcast y muchos aspectos más que se abordan y que permiten, como he mencionado anteriormente, conocer de forma sencilla y desenfadada el formato desde dentro, a través de la vivencia de profesionales del sector.

En tercer lugar, la sección de “**Podcasters**”, se trata de la parte más dinámica del medio. En esta, se pueden escuchar los capítulos que he realizado con diferentes productores de podcasts, conociendo su experiencia, sus inicios y algunas de las curiosidades sobre su trayectoria.

Entre los participantes que podemos escuchar están Abel Sebastià y Laura Giménez, ambos diseñadores gráficos, que juntos crearon *Desastres Creativos*, un podcast que desarrollaron de la necesidad de conocer un poco más sobre las salidas laborales con las que podrían encontrar al acabar su grado, ya que era nuevo y no tenían muy claro cuáles podrían ser sus salidas una vez finalizarán, así que en este podcasts hablan con profesionales de su sector, que les cuentan su experiencia personal sobre sus estudios y los trabajos que han desarrollado a lo largo de su trayectoria.

Otro ejemplo que podréis escuchar es la historia de Jesús López, que junto a su pareja Eva Jiménez, crearon el podcast *El Atrapacuentos*. Se trata de una serie de historias ficticias, escritas por Jesús, periodista, y acompañadas por las ilustraciones de Eva, diseñadora. En cada uno de los capítulos participa un invitado diferente que les pone voz a los personajes de las historias.

Asimismo, aparecerá información sobre ellos y ellas y de sus respectivos proyectos, para conocer su trabajo previamente. En primer lugar aparecerá la explicación del

podcast con su logo, después podrás optar por *escuchar* el capítulo o *saber más* sobre ellos, si optas por la opción de *saber más*, aparecerán dos botones nuevos que te redirigen directamente a sus cuentas de redes sociales y Spotify, con la finalidad de consumir su producto con toda inmediatez posible.

Por último, la sección de “**Innovación**”, en la que se puede visionar el reportaje televisivo que he realizado para el proyecto. Se trata de un reportaje de ocho minutos, sobre la evolución del audio, explicado y desarrollado por profesionales del audio con una larga trayectoria profesional. En el reportaje contamos con la participación de Raúl Puchol, director de la *Cadena Cope* de Castellón, Antín Teruel, presentadora del magazine en Cope Castellón y Xavier Martínez, creador de *Podcastera Valenciana*.

Por otra parte, podemos encontrar dos secciones extra que sirven para contextualizar al lector, una de ellas es la sección “**¿Quién soy?**” en la que cuento un poco quién soy yo, aparece una imagen mía y la iniciativa para crear este proyecto, su finalidad, y una breve explicación de lo que es *Te lo cuento*. La segunda de estas secciones extra es la de “**Contacto**”, en la que los seguidores se pueden poner en contacto conmigo a través de la misma.

#### **2.4 Plataforma que se utilizará y justificación.**

La plataforma que he utilizado para la creación del cibermedio ha sido Wix, porque ya había tenido la oportunidad de trabajar con ella y me parecía muy fácil a la vez de completa para manejar, con muchas opciones y plantillas para trabajar y que cubría las necesidades que yo necesitaba para elaborar el proyecto.

Tuve la oportunidad en el curso anterior de crear una web con esta plataforma y me parecen muy útiles los apartados que tiene, como por ejemplo, el blog que te permite crear las

entradas de una forma muy sencilla, diferenciándolo del propio diseño de la página y te permite tener todas las entradas bastante diferenciadas y ordenadas, la biblioteca de música propia, que me ha facilitado el publicar y compartir mis episodios, ya que

he hecho un uso habitual de la misma al ser casi todos mis productos en audio, lo mismo ocurre con el canal para compartir vídeos, que me ha facilitado difusión del reportaje.

## 2.5 Elección de redes sociales y justificación.

La selección que he hecho de las redes sociales ha sido, Instagram y Tik Tok, porque he considerado que son las redes que están más de moda y con las que se podría llegar a conocer más mi proyecto, ya que se encuentran entre los 10 primeros puestos de las más utilizadas por el público objetivo al que quiero llegar, según un estudio llevado a cabo por Inesdi Digital Business School.

No obstante, tras la realización del trabajo, me he dado cuenta que Twitter es mucho más sencillo a la hora de difundir contenidos, además, que en el mundo del podcast es más conocida esta red, ya que todas las personas con las que he hablado tenían un cuenta Twitter bastante activa, en las que publicaban aspectos muy interesantes sobre el podcast, y en cambio prácticamente nadie con este perfil utilizaba Tik Tok.

Por lo que tras desarrollar el proyecto, esta vez, antes escogería Twitter, en lugar de Tik Tok, para este tipo de medio.

## 2.6 Previsión de gastos e ingresos.

MOTIVOS	GASTOS
Desplazamientos	
- Gasolina	100€
Equipo técnico	
- Grabadora Marantz	200€
- Micrófono ambiental	150€
- Adaptador	90€

- Ipad	400€
- Cámara de vídeo	600€
- Trípode	150€
- Tarjeta de memoria SD	20€
Alquiler	
- Estudio de grabación	200€
Aplicaciones	
- Adobe Premiere	36,29€
<b>TOTAL</b>	<b>1.946,29€</b>

<b>MOTIVOS</b>	<b>INGRESOS</b>
Patrocinio	
- Eventos patrocinados	100€/evento
- Publicaciones patrocinadas	50€/publicación
Contenido de pago	
- Cuota	5€/mes

### **3. Contenidos de la publicación**

#### **3.1 Justificación del interés y enfoque de las piezas.**

Al inicio de la realización del proyecto, empecé con unas ideas y unas bases, bastante distintas a lo que posteriormente he realizado, ya sea por la dificultad de encontrar la información necesaria, los pocos recursos con los que contaba o la dificultad con respecto a la zona o territorio.

Al final me he centrado en publicar piezas en las que se contaba desde una perspectiva interna en qué consiste un podcast, ya sea profesionales de la comunicación que se han especializado en el formato y trabajan con el mismo o personas que tras su experiencia, se han lanzado a crear un podcasts.

Además, se pueden apreciar piezas en las que se narran acontecimientos que se llevan a cabo en el mundo del podcast, con la finalidad de hacerles saber a los lectores, más información sobre los últimos eventos o estrenos para conseguir así, que se sientan atraídos por el formato y que les incite a consumirlo.

Con la presencia de entrevistas informales, he conseguido aportar al medio ese dinamismo, que he logrado gracias al uso de voces nuevas, el uso habitual del audio como principal formato, a través de podcasts o entrevistas, y que con la ayuda de los cuales he querido que los seguidores y seguidoras sepan de primera mano el funcionamiento del formato desde dentro, hablando y tratando con personas que tienen experiencia en el sector. Me parecía una opción o manera de hacerlo, muy eficaz y diferente a como lo podrían hacer otros medios y que considero que puede llegar a crear interés entre el público, tanto como para consumir el formato, como para realizarlo.

#### **3.2 Fuentes y documentación utilizada en la elaboración de los contenidos.**

Personas a las que he accedido para la realización de las piezas:

- Francisco Izuzquiza fue la primera persona que entrevisté para el proyecto, es locutor de radio, especializado en radio online y podcasting. Actualmente presenta *La Escóbula de la Brújula* y es socio fundador de la productora de

podcasts *Yes We Cast*. Empezó a hacer radio en 2003 y desde entonces ha pasado por Radio Enlace, Cope, Onda Cero, Punto Radio, esRadio, Radio4G, SpainMedia Radio y Podium Podcast. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo.

- Eugenio Viñas, es periodista cultural y editor de contenidos, es el actual director creativo en *Podium Podcast* y a su vez trabaja como periodista en periódicos como Valencia Plaza o El País. Además, dirige el primer máster en podcast y audio digital en el centro oficial de estudios superiores, Barreira artey diseño, en Valencia. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo.
- Abel Sebastià y Laura Giménez, creadores y productores del podcast *Desastres Creativos*. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a que en ese momento Abel residía en Amsterdam y Laura en Italia siendo imposible quedar con los dos en persona.
- Raúl Puchol, director de la Cadena Cope de Castellón. Realizamos la entrevista en persona en las instalaciones de la cadena Cope, de Castellón.
- Antín Teruel, la presentadora del magazine en Cope Castellón. Realizamos la entrevista en persona en las instalaciones de la cadena Cope, de Castellón.
- Jesús López, creador del podcast *El Atrapacuentos*. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo.
- Pablo Pla y Lluís Blanch, creadores, editores y presentadores del Podcast *Cinèstesia*. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo.
- Marta García y Judit Pesudo son dos publicistas, especialistas en marketing digital. Realizamos la entrevista en persona en las instalaciones del Centro Juvenil Porta Oberta, con una grabadora y micrófonos.
- Marta Meneu y Carmen Alonso, que junto a Maria Devesa, son las creadoras del podcast, *Deparkineo*. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a que en ese momento Marta residía en Alicante y

Laura en Madrid siendo imposible quedar con los dos en persona.

- Rosa Vilas es la responsable del área de equidad de la Federación Don Bosco, entidad que gestiona los centros juveniles salesianos de la Comunidad Valenciana y Murcia. Realizamos la entrevista en persona en las instalaciones del Centro Juvenil Porta Oberta, con una grabadora y micrófonos.
- Nacho Pla, es un periodista que trabaja en *Tiempo de juego*, en la cadena Cope en Madrid, y además, en la actualidad es uno de los presentadores de *La Influencia*, un nuevo programa, que se encuentra dentro de *Tiempo de Juego*, en el que entrevistan a influencers, que tienen gran repercusión en la actualidad. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo y en aquel momento residía en Madrid.
- Lorena. M Yute, periodista, presentadora del magazine en Radio Requena Cope y ha sido la presentadora del podcast *El Descaro*. Realizamos el contacto en persona en la feria del libro de Requena.
- Luis Miguel Montero, doctor en comunicación y profesor en la Universidad Nebrija de Madrid. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo y en aquel momento residía en Madrid.
- Jorge Monsonis, técnico en la Cadena Cope de Castellón. Realizamos la entrevista en persona en las instalaciones de la cadena Cope, de Castellón.
- Paloma Mas Pellicer es doble graduada en Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. Tras pasar por diversos medios de comunicación, se especializó en comunicación digital y empresas tecnológicas. Formó parte del equipo que inició el proyecto de Campus Madrid de Google a través de la empresa TechHub, donde ejerció de Manager de su hub de emprendedores. Posteriormente se incorporó a Plug and Play, la plataforma global de innovación abierta nacida en Silicon Valley, y forma parte del equipo de inversión de Plug and Play Ventures, conectando a startups con grandes corporaciones e inversores. Realizamos la entrevista a

través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo y en aquel momento residía en Madrid.

- Xavier Martínez, periodista perteneciente a la primera edición del máster en podcast y audio digital en el centro oficial de estudios superiores, Barreira arte y diseño, en Valencia. Es el creador de Podcastera Valenciana, una cuenta de Twitter en la que se publica toda la actualidad sobre podcast en la Comunidad Valenciana. Realizamos la entrevista en persona en Sagunto y en un primer momento, no iba a participar en otra pieza más que no fuera el reportaje audiovisual, pero mantuvimos una conversación muy interesante que no quería desperdiciar toda la información que me dió, ya que consideré que era de gran interés.
- Mar Arambul, periodista especializada en marketing, y neuromarketing, cuenta con una sección en el magazine de Cope Castellón y ofrece charlas de marketing y emprendimiento. Realizamos la entrevista en persona en las instalaciones de la cadena Cope, de Castellón.
- Vicent Chóver, creador del podcast Hi ha drag més enllà de RuPaul. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo y en aquel momento residía en Alicante.
- Laura Abad, periodista en la *Cadena SER*. Realizamos la entrevista a través de una videoconferencia, debido a la poca disponibilidad que tenía por su trabajo.

Otras fuentes documentales a las que he accedido:

- *Voz y audio*. (2011, 1 enero). Prodigioso Volcán. Recuperado 27 de marzo de 2022, de <https://www.prodigiosovolcan.com/pv/voz-y-audio/>
- *Apple da un paso más en el sector de los podcasts con las suscripciones de Apple Podcasts*. (2021, 21 abril). Apple. Recuperado 22 de abril de 2022, de <https://www.apple.com/es/newsroom/2021/04/apple-leads-the-next-chapter-of-podcasts-with-apple-podcasts-subscriptions/>
- Izuzquiza, F. (2019). *El gran cuaderno del podcasting* (Vol. 1). Kaila. -

Macworld. (2019, 27 febrero). Macworld. Recuperado 22 de abril de 2022, de <https://www.macworld.com/article/232492/apple-dominates-the-podcast-market-but-for-how-long.html>

- *Estudio de Audio Digital 2021*. (2021, abril). IAB Spain. <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-audio-digital-2020/>
- Universidad de Zaragoza. (2020, junio). *Los sistemas domóticos controlados por voz. El caso de los asistentes inteligentes* (N.º 400). <https://zaguan.unizar.es/record/96646/files/TAZ-TFG-2020-1393.pdf>
- Why, R. (2022, 2 febrero). *La publicidad en los podcast funciona*. Reason Why. <https://www.reasonwhy.es/actualidad/sector/la-publicidad-en-los-podcast-funciona-2018-02-13>
- PuroMarketing. (2020, 3 diciembre). *¿Cómo deben ser los anuncios en los podcasts para generar mejores resultados?* <https://www.puromarketing.com/46/34589/como-deben-ser-anuncios-podcasts-generar-mejores-resultados>
- *Por qué la publicidad en podcast tiene una mayor eficacia*. (2022, 3 junio). Targetspot. <https://www.targetspot.com/es/posts/publicidad-podcast-mayor-eficacia/>

#### 4. Valoración final

La realización de este proyecto me ha enriquecido a nivel académico y profesional, me ha dado la oportunidad de hablar con profesionales que yo admiro dentro del sector y con sus palabras y explicaciones me han transmitido ilusión y poder para seguir llevando este proyecto a cabo.

Asimismo, me he dado cuenta, más si cabe, que me gusta mucho el audio, me gusta la radio, el audio digital y me encanta y me declaro seguidora del formato podcast y, además, tras este subidón de aprendizaje que me ha brindado *Te lo cuento*, sin duda podría ser considerada una de mis futuras salidas laborales, por ser el medio más periodístico y real que existe, bajo mi punto de vista.

Asimismo, he comprendido y vivido la dificultad, en ocasiones, de hablar con las diferentes fuentes, es decir, la dificultad de que ellas te respondan para participar en tu proyecto, en ocasiones esto me ha resultado bastante frustrante y agobiante, aun así, también he aprendido de ello para próximos proyectos.

Este trabajo tiene bastantes puntos a destacar, por ejemplo, los puntos fuertes serían, en primer lugar, que no encontramos mucha variedad ni mucha oferta de este tipo de cibermedios especializados en podcast y audio digital y que, además, sigan la estructura que he utilizado para desarrollarlo.

Otro de los puntos fuertes refiriéndose al contenido, podemos escuchar entrevistas con profesionales, pero al mismo tiempo podemos hablar con gente que como cualquiera de nosotros se lanzó a llevar un podcast, por lo que podemos ver muchas inspiraciones para cualquiera que lo necesite además de un aprendizaje y algún que otro consejo a seguir.

Otro de los puntos destacables y el que más ilusión me ha hecho es la participación en redes de los invitados a los que he entrevistado, algunos de ellos me han ayudado muchísimo a la hora de compartir los contenidos, entre ellos me gustaría destacar a Xavier Martínez, creador de Podcastera Valenciana y a Jesús López, uno de los creadores del podcast El Atrapacuentos, entre otros.

En cuanto a puntos débiles, en primer lugar, le falta explotación, le falta más gente que escuche podcast y pueda descubrir a través de las redes sociales y del medio aspectos que les interesen de verdad del formato y, que ya tengan una base previa sobre en qué consiste.

Otro de los puntos débiles es el poco recorrido que tiene, igual para considerarse un cibermedio más consolidado se necesitaría más piezas, o más variedad, así como, más publicaciones o algunas más variadas.

Otro de los puntos débiles es la poca información con la que cuenta el medio, podemos saber muchas cosas sobre el formato, pero por ejemplo en la sección de actualidad, no cuento con tantas piezas como las que me gustaría y sin duda sería

un punto débil que me gustaría mejorar, no obstante, me he encontrado con varias dificultades para llevar esto a cabo, por este motivo no encontramos muchas piezas de actualidad.

Un punto débil a destacar es que en ocasiones la plataforma con la que he diseñado el medio no me ha permitido llevar a cabo algunos diseños que me hubiera gustado, como por ejemplo, incluir los audios de las noticias dentro del propio texto, ya que no contaba con la opción de poder hacerlo. He resuelto este problema creando una ventana nueva en la que puedes escuchar las noticias seguidas, resulta un poco frustrante el hecho de no poder escuchar y leer la noticia al mismo tiempo, pero soy consciente de ello y he intentado resolverlo de la manera más conveniente posible.

Por otro lado, la poca visualización que se ha producido en la cuenta del medio en Tik Tok, me ha sorprendido bastante ya que considero que es una red bastante viralizable y no ha sido el caso, al escoger esta red social e investigar más sobre lo que rodea al formato, me he dado cuenta que el mundo del podcasts a través de la redes sociales, se encuentra más focalizado en Twitter.

Por último, y a modo de valoración general, me ha gustado mucho llevar a cabo este proyecto y más siendo de un tema del que me siento bastante atraída y me llama la atención, me ha sido muy fácil hablar con las diferentes fuentes, ya que me sentía muy cómoda con ellas y ellos y me encantaba escuchar sus puntos de vista, así como su recorrido en el formato o su experiencia en la profesión.

No obstante, ha sido un proyecto que me ha estresado muchísimo, porque en ocasiones iba bastante perdida y no sabía cómo avanzar y me quedaba estancada en una pieza o en un punto y no sabía qué hacer ni cómo solucionarlo, por lo que en ocasiones me ha costado resolver ciertos problemas y sacarlos adelante, por este motivo, igual he ido un poco más angustiada con el tiempo.

## **5. Resumen ejecutivo en inglés**

I will tell you it is a cybermedia specialized in podcasts, in which we will find interviews with professionals from the sector, news, as well as podcasts with different podcasters in which they present their project, what led them to do such a project and many more curiosities about the format .

The objectives that I want to achieve with this project are: to make the news about the world and the podcast market known to the public, through data related to the format (who uses the podcast to communicate, number of podcast listeners who there is in Spain, etc.), generate a community of listeners who consume my podcasts, be a prescriber of podcasts and interesting content, transmit the importance of the format and generate interest in it, its history and its trajectory, and convey to young people the need and importance of audio today.

53% of the Spanish population listens to a podcast, 11% more than in 2019 according to data that we can find in the study: State of voice and audio in Spain, which we can see on the Prodigioso Volcán website, is a high percentage of the population that listens to podcasts, and this has intensified after the pandemic, since before it was exactly 42% of the Spanish population that listened to podcasts.

I find the world of podcasts, auditory journalism and the new information formats that exist very interesting. For this reason, I will make a cybermedia in which we find a wide variety of information of interest about this world of auditory journalism and podcasts at the national level.

Currently we can find studies, projects, newsletters, personal blogs and other formats that collect this type of information that we will find in my cybermedia. Some clear examples of my competition would be the following: Sonogram, is a new newsletter that deals with podcasts, audio and sound culture, it will offer recommendations and advice on what to listen to and how to listen to it, it will be in charge of Pablo Fernández Delkáder, attached to the address of PRISA Audio. On the other hand, Escucho Podcast: is another newsletter, directed by Pablo Fisher. In it we can find recommendations of podcasts to listen to, links of interest, as well as outstanding content from the web such as reviews and interviews about podcasts in Spanish. It is

an independent and author newsletter, designed for people who listen to podcasts and who take them as part of digital culture.

These are some examples that we can find on the internet that offer content similar to what we will find in my cybermedia. However, there are not many media that we find specialized in podcasts, therefore I think that I will tell you that they can be very useful for anyone who wants to be interested in the world of digital audio, in addition to finding important information about these and innovative.

According to Statista, a German statistics portal in which we find relevant data from market and opinion studies, it indicates that the population between the ages of 15 and 35 seems to be the most likely to listen to podcasts in the world. Therefore, my medium will be aimed at young people between 15 and 35 years old, since according to this study they are the ones who may be most interested in the format.

On the other hand, to be able to get in touch with the public and have a direct interaction with them, I will use social networks. I will create an account with the name of the cybermedia on both Instagram and Twitter, where I will publish everything that we will find in the cybermedia. I will also make use of the resources of these social networks, such as stories, surveys, direct questions to the followers, etc.

So far I expected to get about 100 followers on Instagram and get between 200 and 400 views on TikTok videos, as it is a platform with highly viral content. As well as, about 20 views to the profile publications.

The project has a duration of 9 weeks and I do not expect to receive any economic remuneration, in fact, with the completion of the project it results in an economic loss due to transportation, as well as the materials used to carry out some journalistic pieces.

## **6. Annexos**

- URL a la carpeta de drive con todos los contenidos:  
[https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1HKh0fkRNdlqGJZ2iKm\\_VDfuPTLH](https://drive.google.com/drive/u/2/folders/1HKh0fkRNdlqGJZ2iKm_VDfuPTLH)

[B0cjy](#)

## PLAN DE PREPRODUCCIÓN WEB Y REDES SOCIALES

[Te lo cuento]

[Instagram: @tlocuento]

Tik Tok: @tlocuento]

	<b>Dilluns</b>	<b>Dimarts</b>	<b>Dimecres</b>	<b>Dijous</b>	<b>Divendres</b>	<b>Dissabte</b>	<b>Diumenge</b>
Setmana 1	Contenidos a redes sociales para promocionar el medio	Contenidos a redes sociales	Publicación en la web	Contenidos a redes sociales			
Setmana 2			Contenidos a redes sociales	Contenidos a redes sociales			
Semana 3							
Semana 4							
Setmana 5	Contenidos a redes sociales	Publicación en la web Contenidos a redes sociales	Contenidos a redes sociales				Contenidos a redes sociales
Setmana 6	Publicación en la web		Publicación en la web			Publicación en la web	Publicación en la web versión audio noticia

							Publicación en la web versión audio noticia Publicación galería de fotos
Setmana 6	Contenidos a redes sociales	Contenidos a redes sociales	Contenidos a redes sociales		Publicación en la web	Publicación en la web	Contenidos a redes sociales
Setmana 7	Publicación en la web Contenidos a redes sociales		Contenidos a redes sociales			Contenidos a redes sociales	Contenidos a redes sociales
Setmana 8	Contenidos a redes sociales Publicación en la web				Contenidos a redes sociales	Contenidos a redes sociales	
Setmana 9	Contenidos a redes sociales Publicación en la web						
Setmana 10		Contenidos a redes sociales Publicación en la web					
Semana 11						Contenidos a redes sociales	Contenidos a redes sociales
Setmana 12	Contenidos a redes sociales						

	Publicación en la web	Publicación en la web	Publicación en la web	Publicación en la web	Publicación en la web		
Setmana 13		Publicación en la web	Contenidos a redes sociales		Contenidos a redes sociales		
Setmana 14							

## PUBLICACIONES

[Te lo cuento]

Número	Data	Títol	Gènere	Fonts	Comentaris (opcional)
1	8/03/22	España encabeza el ranking de países europeos en oyentes de audio digital	Noticia	Estudio 'Audible Compass 2021' de Audible	
2	13/05/22	Entrevista Izuzquiza	Entrevista	Francisco Izuzquiza	
3	26/05/22	Málaga acogió la primera edición de los Premios Ondas Globales del Podcast	Noticia	Página web de los premios y corte de Francisco Izuzquiza	
4	2/06/22	Entrevista Eugenio Viñas	Entrevista	Eugenio Viñas	
5	4/06/22	"Es un formato que apetece, está muy de moda como lo estuvo en su momento Youtube"	Entrevista	Abel Sebastià y Laura Giménez	
6	7/06/22	Desastres Creativos	Podcast	Abel Sebastià y Laura Giménez	
7	8/06/22	España encabeza el ranking de países europeos en oyentes de audio digital	Noticia radiofónica	Estudio 'Audible Compass 2021' de Audible	
8	8/06/22	Málaga acogió la primera edición de los Premios Ondas Globales del Podcast	Noticia radiofónica	Página web de los premios y corte de Francisco Izuzquiza	
9	8/06/22	Galería fotográfica	Fotografía		
10	13/06/22	Despedida El Descaro	Crónica	Lorena, presentadora del Podcast EL Descaro	

11	14/06/22	El uso de los Podcast en la publicidad	Podcast	Marta García y Judit Pesudo	
12	16/06/22	Galería fotográfica	Fotografía		
13	22/06/22	Podcast De Parkineo	Podcast	Carmen Alonso y Marta Meneu	
14	22/06/22	Podcast El Atracuentos	Podcast	Jesús López	
15	22/06/22	Podcast Cinestesia	Podcast	Pablo y Lluís	
16	23/06/22	Evolución del audio	Reportaje televisivo	Nacho Pla, Antín Teruel, Xavier Martínez y Raúl Puchol	
17	23/06/22	Entrevista Xavier Martínez	Entrevista	Xavier Martínez	
18	23/06/22	“Estirando el Chicle llega a la provincia de Castellón”	Noticia		
19	23/06/22	“Los jóvenes empiezan a utilizar el podcast como una herramienta de entretenimiento lúdica”	Noticia	Rosa Vilas, responsable del departamento de equidad de la FEDE.	
20	24/06/22	Altavoces inteligentes	Reportaje escrito	Luis Miguel Pedrero Jorge Monsonis Paloma Mas Pellicer	
21	29/10/22	Crónica elDiario.es			
22	30/10/22	Actualización noticias audio	Noticias		
22	31/10/22	Actualización Reportaje radiofónico publicidad y podcast	Reportaje radiofónico	Judit Pesudo Marta García Mar Arambul	
23	2/11/22	Reportaje televisivo	Reportaje televisivo	Raúl Puchol Antín Teruel Laura Abad	
24	3/11/22	Altavoces inteligentes	Reportaje escrito mejorado	Luis Miguel Pedrero Jorge Monsonis Paloma Mas Pellicer	
24	8/11/22	Podcast Hi ha drag +enllà de RuPaul	Podcast	Vicent Chóver	

## CUADRO DE FUENTES PERSONALES ENTREVISTADAS

[Te lo cuento]

Número	Data	Nom	Càrrec / responsabilitat	Títol de la peça	Forma d'entrevista
1	20/4/22	Francisco Izuzquiza	Presentador del podcast La Escóbula de la Brújula	Entrevista Francisco Izuzquiza	Videoconferencia
2	12/5/22	Eugenio Viñas	Director primer máster en podcasting y audio digital	Entrevista Eugenio Viñas	Videoconferencia
3	31/5/22	Abel Sebastià	Creadores y presentadores del Podcast Desastres Creativos	Podcast Desastres Creativos	Videoconferencia
4	31/5/22	Laura Giménez	Creadores y presentadores del Podcast Desastres Creativos	Podcast Desastres Creativos	Videoconferencia
5	10/6/22	Marta García	Publicistas en una agencia de marketing digital	El uso de los Podcast en la Publicidad	Presencial
6	10/6/22	Judit Pesudo	Publicistas en una agencia de marketing digital	El uso de los Podcast en la Publicidad	Presencial
7	12/6/22	Lorena.M Yute	Presentadora de El Descaro	Crónica de la despedida de El Descaro	Presencial
8	8/6/22	Raúl Puchol	Director COPE Castellón	Evolución del audio	Presencial
9	14/6/22	Xavier Martínez	Creador de Podcastera Valenciana	Evolución del audio	Presencial

10	14/6/22	Nacho Pla	Presentador del programa de La Influencia COPE (tiempo de juegp)	Evolución del audio	Videoconferencia
11	15/6/22	Marta Meneu	Creadora del Podcast DeParkineo	Podcast Deparkineo	Videoconferencia
12	15/6/22	Carmen Alonso	Creadora del Podcast DeParkineo	Podcast Deparkineo	Videoconferencia
13	15/6/22	Lluis Blanch	Creador del Podcast Cinestesia	Podcast Cinestesia	Videoconferencia
14	15/6/22	Pablo Pla	Creador del Podcast Cinestesia	Podcast Cinestesia	Videoconferencia
15	16/6/22	Jesús López	Creador del Podcast Atrapacuentos	Podcast El Atrapacuentos	Videoconferencia
16	23/6/22	Jorge Monsonis	Tecnico de radio	“Los altavoces inteligentes”	Presencial
17	24/6/22	Luis Miguel Montero	Doctor en comunicación y profesor de la Universidad Nebrija de Madrid	“Los altavoces inteligentes”	Videoconferencia
18	21/06/22	Antín Teruel	Presentadora del magazine en COPE Castellón	“La evolución del audio”	Presencial
19	22/06/22	Paloma Mas Pellicer	Periodista	“Los altavoces inteligentes”	Videoconferencia
20	14/06/22	Rosa Vilas	Coordinadora departamento de equidad FEDE	Uso de Podcast entre los jóvenes	Presencial
21	25/10/22	Mar Arambul	Periodista especializada en marketing digital	El uso de los Podcast en la Publicidad	Presencial

22	31/10/22	Laura Abad	Presentadora en la SER	"La evolución del audio"	Videoconferencia
23	3/11/22	Vicent Chóver	Creador de Hi ha drag més enllà de RuPaul	Podcast Hi ha drag més enllà de RuPaul	Videoconferencia

## PUBLICACIONES DE REDES SOCIALES

[Te lo cuento]

[Instagram: @tlocuento]

Tik Tok: @tlocuento]

### Instagram

Número	Data	Contingut	Comentaris (opcional)
1	11/04/22	Publicación introductoria explicando el proyecto y enseñando el logo	Bastante interacción del público.
2	11/04/22	Publicación presentándome a mi	Mucha interacción por parte del público.
3	11/04/22	Primera historia anunciando las publicaciones anteriores.	
4	12/04/22	Historia indicando que ya podrían seguir la cuenta de Tiktok	
5	20/04/22	Historia anunciando que ya estaba disponible la primera noticia en la web	
6	21/04/22	Publicación de un post sobre la primera noticia	
7	21/04/22	Publicación simultánea en historias, de las publicaciones anteriores	
8	13/05/22	Publicación de un post para introducir la primera de las entrevistas	
9	13/05/22	Publicación en la historia del post anterior	
10	13/05/22	Publicación de un reel que anunciaba la publicación de la entrevista de Francisco Izuzquiza	
11	17/05/22	Historia recordando que pueden escuchar la entrevista	
12	17/05/22	Publicación en la historia del link	
13	25/05/22	Dos historias anunciando que la noche anterior habían tenido lugar los Premios Ondas globales del Podcast	
14	26/05/22	Publicación del post sobre la noticia de los Premios Ondas	

15	26/02/22	Publicación en historias del post anterior	
16	27/05/22	Realización de una encuesta a través de historias para conocer e interactuar más con los seguidores de la cuenta.	Pocas participación por parte de los seguidores
17	1/06/22	Historias anunciando una nueva entrevista	
18	2/06/22	Publicación de un reel informando sobre la entrevista de Eugenio Viñas	
19	2/06/22	Publicación en la historia del post anterior con el link incluido para acceder al audio	
20	2/05/22	Anuncio del estreno de la sección Podcasters	
21	4/06/22	Publicación en la historia de un post de @rocioquillahuan en el que hacía un parodia para sobre el boom de los podcasts entre los jóvenes, que a su vez daba paso a la publicación	
22	4/06/22	Publicación de un post sobre la nueva noticia	
23	4/06/22	Publicación en las historias del post anterior	
24	7/06/22	Anuncio por historias de la publicación de un nuevo podcast en la sección Podcasters	
25	7/06/22	Publicación de varias historias anunciando el nuevo capítulo con Abel Sebastià y Laura Giménez, facilitando el link	
26	8/06/22	Anuncio en la historia de que publicación de la versión en audio de las respectivas noticias	
27	9/06/22	Publicación de un post con la primera de las galerías fotográficas	
28	13/06/22	Anuncio en historias sobre el podcast con Judit Pesudo y Marta García sobre el uso de los podcasts en la publicidad	
29	13/06/22	Publicación de un reel con un adelanto del podcast	

30	14/06/22	Una historia facilitando el link del podcast y del post anterior	
31	14/06/22	Anuncio por historia de la crónica sobre la despedida del Podcast El Descaro	
32	14/06/22	Una historia facilitando el link para acceder a la crónica	
33	16/06/22	Publicación de un post anunciando la segunda galería fotográfica	
34	16/06/22	Historia anunciando el post anterior	
35	21/06/22	Historia anunciando nuevas publicaciones	
36	22/06/22	Historia con nuevas publicaciones	
37	23/06/22	Historia con nuevas publicaciones	
38	24/06/22	Historia con nuevas publicaciones	
39	29/10/22	Crónica elDiario.es	
40	30/10/22	Recordatorio sección Podcasters	
41	31/10/22	Recordatorio noticias audio	
42	1//11/22	Recordatorio reportaje radiofónico Publicidad y podcast	
43	2/11/22	Reportaje televisivo	
44	3/11/22	Reportaje escrito	
45	9/11/22	Último capítulo podcasters	

## Tik Tok

Número	Data	Contingut	Comentaris (opcional)
1	12/04/22	Publicación vídeo introductorio explicando el proyecto y enseñando el logo	
2	12/04/22	Publicación en vídeo presentándome a mi	
3	27/04/22	Primer vídeo anunciando la primera de las noticias	
4	13/05/22	Publicación de un vídeo que daba paso a la publicación posterior	

5	13/05/22	Publicación del vídeo sobre la entrevista con Francisco Izuzquiza	
6	2/06/22	Publicación del vídeo sobre la entrevista con Eugenio Viñas	
7	10/06/22	Publicación del vídeo sobre la publicación de la nueva galería fotográfica	
8	15/06/22	Publicación del vídeo sobre la entrevista con Judit Pesudo y Marta García	
9	24/06/22	Reportaje televisivo: evolución del audio	
10	30/10/22	Crónica elDirio.es	
11	31/10/22	Noticias en audio	
12	1/11/22	Reportaje Radiofónico publicidad y podcast	
13	2/11/22	Reportaje televisivo	
14	8/11/22	Último capítulo Podcasters	