

"YA ES MAÑANA"



UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Álvaro Tineo Meza

"XA É MAÑÁ"

"YA ES MAÑANA"

"TOMORROW IS NOW"

PALABRAS CLAVE: Podcast, entrevistas, comedia, bar, cerveza.

Videopodcast de entrevistas a diferentes personajes coruñeses y del mundo.

TITORA: Sandra Martínez

Comunicación Audiovisual

CURSO ACADÉMICO: 22/23



ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN

- ¿Qué es "Ya es mañana?"
- Público objetivo
- Referencias

2.YA ES MAÑANA ¿COMO SERÁ?

- Invitados

3.DIFUSIÓN

- Plataformas
- RRSS

4.PRODUCCIÓN

- Set
- Equipo
- Financiación

5.CONCLUSIONES

6.BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

Hoy en día vivimos en la época de mayor producción audiovisual: películas, series, música, streams, podcasts, etc. La accesibilidad a los materiales de creación ha facilitado esto porque no se necesita un gran desembolso de dinero para poder realizarlo, por ejemplo, un cortometraje, un videoclip o, en este caso, un videopodcast. Este último se encuentra en su momento de mayor crecimiento y se debe a que es un contenido que se puede consumir en cualquier momento y lugar o compaginarlo con otra tarea. Además, como creador grande o pequeño, te puede proporcionar una gran visibilidad sin tener que realizar un “gran esfuerzo”: una o dos personas, un micrófono y un tema del que hablar.

También quiero seguir formándome, pero no dispongo del dinero para costearme un master o unos masterclass. Este es un sector que está en constante evolución y quedarse atrás es estar con pie y medio fuera de la industria. “Si no tienes los contactos, es muy difícil entrar” esto lo he escuchado muchas veces y me preocupa porque no conozco a nadie. Vamos a hacer un pequeño resumen: quiero visibilidad, a la vez seguir aprendiendo y tener contactos ¿Qué puedo hacer? ¡UN PODCAST DE ENTREVISTAS! Aunque en este caso será un VIDEOPODCAST DE ENTREVISTAS

Así surge “YA ES MAÑANA” un proyecto que me servirá como excusa para charlar y aprender de gente talentosa e interesante. Mi objetivo con esto es que la gente conozca mi trabajo, quiero que se convierta en mi carta de presentación para este abierto, pero exclusivo, mundo audiovisual.

Para este trabajo se entrega el primero de los 8 episodios del podcast en formato video, “Ya es mañana”. También se explicará la planificación de los 8 primeros episodios y la estrategia de las RRSS que servirán de promoción para el proyecto.

¿Qué es "Ya es mañana?"

“Una o dos personas” decía antes. Pero no creo que tenga ni el talento ni sepa tanto de nada como para ponerme a hablar y grabar un podcast solo, pero sí que tengo poder de convencimiento y poca vergüenza para invitar, a cambio de nada (o de una cerveza), a gente con talento y tener una pequeña charla para conocerlos un poco mejor, para hacerlos más accesibles.

Lo más sencillo hubiese sido hacer un podcast, solo audio, pero creo que el video le añade un poco más de dificultad y por lo tanto lo convierte en un reto aún mayor. Que exista la posibilidad de que la audiencia pueda vernos en plena charla hace que tenga en cuenta más aspectos como la calidad de imagen, luz y espacio, aunque también me hará estar más pendiente de mi lenguaje no verbal. Además, ¿a qué persona que venga a hablar de si misma y de sus logros no le gusta verse en la pantalla?

En este videopodcast se hablará de diferentes temas, anécdotas o experiencias para poder conocer más a la persona invitada. El propósito es la de saber sus procesos creativos o de dónde viene el interés por su profesión. Serán conversaciones en un tono relajado y cómico intentando que el invitado en cuestión no sienta que está en una entrevista ni que va a ser acibillado a preguntas.

¿Por qué el nombre “YA ES MAÑANA”? Es un toque de atención para mí mismo. Muchas veces he dicho “ya lo haré mañana” y luego una excusa o una razón para no hacerlo, pero nunca llega ese momento. He postergado tantas cosas que he acabado entregando este trabajo fin de grado 3 años tarde.

Público objetivo

España se ha convertido en uno de los países que más consume podcast: cuatro de cada diez internautas lo escuchan, lo que lo convierte en un medio consolidado (Universidad de Navarra, 2022).

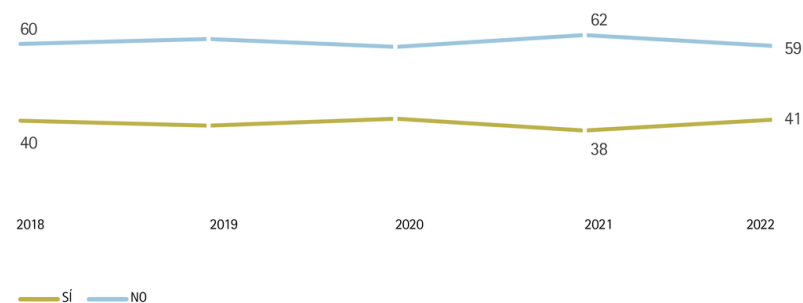
Desde el 2020 Ivoox, una de las plataformas más usadas la hora de consumir y publicar podcast, realiza informes que muestran los hábitos de consumo y producción. Para ello, este año 2022, la plataforma ha encuestado a cerca de 3000 usuarios.

¿Qué nos dice este informe? Que los oyentes han duplicado el tiempo de escucha llegando a 9,5 horas semanales. La mitad de los usuarios afirma escuchar más podcast con respecto al año anterior y un 42,5% escucha podcast todos los días. Los consumidores están suscritos a 4,5 podcast de media. El móvil es la herramienta estrella para el consumo de este producto. ¿Y cómo son estos oyentes? La audiencia femenina equivale al 42% frente al 58% de hombres. El rango de edad está entre los 25-64 años y la mayoría tienen estudios universitarios y son activos laboralmente. Los formatos más atractivos para las audiencias son las charlas y entrevistas, y las temáticas más seguidas son las de misterio, política y economía, humor y fútbol (Observatorio Ivoox, 2022).

EVOLUCIÓN DE LA ESCUCHA DE PÓDCAST EN ESPAÑA 2018-2022

DATOS EN %

Q11F_2018. Los podcasts son series de episodios de archivos de audio digitales que se pueden descargar y escuchar y a los que es posible suscribirse. ¿Cuáles de los siguientes tipos de podcast ha escuchado durante el último mes? Seleccione todas las opciones que correspondan.



Digital New Report España 22

DIGITAL NEWS REPORT ESPAÑA 2022 | Universidad de Navarra



Observatorio Ivoox 22 - Estado del podcast en español

Después de ver los datos anteriores, la intención con este proyecto es llegar al rango de edad que comprende entre los 25-34 años y habitual consumidor de podcast. Soy consciente de que el público objetivo puede variar según el invitado del momento. “Ya es mañana” parte desde una buena posición al ser un formato de entrevistas, que es uno de los más solicitados por los usuarios y por eso buscará invitados que puedan ser afines a ese tipo de público.

NUESTRO TARGET

- Gente joven adulta 25-34 años,
- Estudiante universitario de último año o trabajador novel/becario (comunicación audiovisual, bellas artes, pedagogía)
- Consumidora de podcast habitual (7 horas semanales) en plataformas gratuitas (Spotify e Ivoox) y solo una de pago (Podimo). Compagina esto con sus otras actividades: gimnasio, la compra, la vuelta a casa, de paseo o antes de dormir.
- Consumidora de contenido audiovisual (Netflix, HBO, Disney+, Spotify) en dispositivos móviles, pero especialmente en un smartphone.

- Gran uso de las RR.SS. sobre todo Instagram y Twitter, pero es un usuario activo.
- Con interés cultural: música (pop-rock, reguetón, conciertos), cine (biopic, comedia, drama) y visita diferentes exposiciones.
- Nivel adquisitivo medio-alto. Si es trabajador ingresos de 900-1500€, en el caso de ser estudiante recibe ingresos por parte de sus padres.
- Con sentido del humor.



Referencias

De cara al planteamiento del podcast tanto para el tono, el tipo de preguntas, la estética visual y el logotipo del programa me he inspirado concretamente en dos programas de éxito y vamos a usarlos de ejemplo para entender mejor el proyecto:

- **CREATIVO:** el podcast de Roberto Martínez donde invita a personas a personas “creativas”, desde cantantes hasta escritores. Para él este proyecto es una excusa para charlar con personajes talentosos o inspiradores. Enfoca mucho sus entrevistas en hablar de referentes creativos y de la inspiración.



Creativo - Logo

- **EL SENTIDO DE LA BIRRA:** es un podcast de éxito nacional y creado por Ricardo Moya, un cómico de stand up que no tenía dinero para pagar cursos de comedia y que decidió invitar a sus referentes y así aprender de ellos a cambio de una cerveza. Es una charla que consiste en hablar de trayectorias, experiencias profesionales y de la vida.



El sentido de la birra - Logo

TONO Y TIPO DE PREGUNTAS

La comedia será el hilo conductor de las entrevistas. En mi opinión, es la mejor forma de llegar al invitado. Intentar que no sea un programa de preguntas y respuestas. Los 3 primeros minutos son clave para romper con la “rutina” del invitado de sentarse a solo responder preguntas. Mi intención es comentar algo que acaba de pasar e iniciar la conversación, que es la base orgánica de una entrevista. Veamos un ejemplo con Pablo Meixe, el primer invitado:

Alvaro: Bienvenidos al primer capítulo de este podcast, que se copia de otros podcasts para triunfar que se llama YA ES MAÑANA. Hoy tenemos como primer invitado, al padrino del podcast, PABLO MEIXE.

Pablo: ¡Qué bonito! No lo había pensado.

Álvaro: Claro, tío.

PABLO: El padrino del podcast YA ES MAÑANA

ALVARO: Imagina que esto triunfa...

Pablo: No me decepciones...

Alvaro: Yo fui el primero, yo fui el único que le dijo que sí.

Un buen ejemplo de cómo debería ser una buena entrevista es la que he encontrado el episodio #311 de “El Sentido de la birra”, donde Eduardo Casanova está presentando su última película. Eduardo empieza a hablar de sus apariciones públicas pero que le suena raro decirlo así, Ricardo responde con un “como la virgen” y a partir de ese momento empiezan a hablar de la gran atención que puede tener un artista en época de promoción y de lo abrumador que puede resultar.

Obviamente realizaré una preparación previa a cada programa, informarme sobre la persona que se sentará a hablar conmigo, pero intentaré no saber todo sobre él o ella, ya que pienso que se perdería naturalidad y condicionaría mis posibles preguntas.



El sentido de la birra - entrevista Eduardo Casanova

ESTÉTICA

La estética es sencilla: Una mesa, dos sillas y dos micrófonos. Quizás unos focos que ayude a una mejor imagen. Quiero que se sienta lo más parecido a una conversación privada de dos personas que se están conociendo, por eso también he decidido que la localización sea un bar, el BAR TRACIO. He valorado diferentes espacios para grabar, pero este tipo de lugares por sí solos ya crean un ambiente más relajado.

Cuando hablamos del espacio también tenemos que hablar de cómo serán los tiros de cámara. Al ser una conversación veo necesario solo 2 tipos de planos: Planos cortos y Plano medio largo.



Ya es mañana - entrevista Pablo Meixe



Ya es mañana - entrevista Pablo Meixe



Ya es mañana - entrevista Pablo Meixe

LOGOTIPO

Después de estudiar los logos, iconos e imágenes de los podcast más importantes del país, he llegado a la conclusión que muchos usan la imagen del presentador como cara del podcast, aprovechan el gancho que tiene su rostro para conseguir una fuerte audiencia inicial. Otros, intentan reducir el concepto, tema o formato a una imagen y no a una cara.

En mi caso, me he decantado por la segunda opción ¿Por qué? porque no me conoce nadie, básicamente. En un principio probé a jugar con el tema del tiempo, pero finalmente he decidido reducir mi logo al hecho que siempre digo para mí "Ya lo haré" o "Ya lo hago mañana". Así opté por usar un bocadillo de comic y, entre comillas, el nombre del programa como si alguien lo estuviese diciendo.

Me he fijado también que en muchos logos incluyen un micro a lado del título del podcast. Yo también lo añadí en el boceto, pero me dio la sensación que no aportaba nada, al contrario, hacía como que el concepto fuera demasiado evidente.

Con respecto a los colores, son el blanco (#ffffff) y el negro (#000000). Me encajaba con el tono del podcast y con las luces del local donde grabo. La tipografía usada es Russo One y en mayúsculas.



Ya es mañana - Logo

"Ya es mañana" ¿Cómo será?

El único contenido que habrá en este proyecto será la entrevista que consistirá en un episodio de 50-60 minutos y que se publicará los sábados a las 13.00 de la tarde. Aunque no descarto que en un futuro crear contenidos diferentes a la entrevista.

He dedicado la última semana de octubre y los primeros días de noviembre para la preproducción del podcast, fijar el espacio de grabación y a su vez planificar el tiempo y día de grabación, en esos días también decidiré el logo y la estética del podcast. Para este primer mes, he fijado las dos primeras entrevistas: Pablo Meixe el 11/11 y la de Enrique Lojo el 24/11. Quiero por lo menos grabar 2 o 3 entrevistas al mes para así tener un margen para las publicaciones de los episodios y no quedarme sin contenido. El día 3 de diciembre será la publicación del primer episodio titulado "Ya es mañana día #1 – Pablo Meixe". A continuación, incluyo el calendario de producción:

OCTUBRE 22 - C. PRODUCCIÓN

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
26	27	28	29	30	01	02
03	04	05	06	07	08	09
10	11	12	13	14	15	16
17 PREPRODUCCIÓN*	18 PREPRODUCCIÓN	19 PREPRODUCCIÓN	20 PREPRODUCCIÓN	21 PREPRODUCCIÓN	22	23
24 PREPRODUCCIÓN	25 PREPRODUCCIÓN	26 PREPRODUCCIÓN	27 PREPRODUCCIÓN	28 PREPRODUCCIÓN	29	30
31 PREPRODUCCIÓN	01	02	03	04	05	06

*Preproducción: elaboración lista de invitados, búsqueda del local de grabación y lista de materiales

NOVIEMBRE 22 - C. PRODUCCIÓN

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
31	01 CONFIRMACIÓN LISTA DE 4 INVITADOS	02	03 BAR TRACIO COMO LUGAR DE GRABACIÓN	04	05	06
07 ADQUISICIÓN MATERIAL	08 1° PRUEBA DE MATERIALES	09	10	11 GRABACIÓN 1° CAPÍTULO	12	13 EDICIÓN
14 EDICIÓN	15 EDICIÓN	16	17	18	19	20
21	22 2° PRUEBA DE MATERIALES	23	24	25 GRABACIÓN 2° CAPÍTULO	26	27 EDICIÓN
28 EDICIÓN	29 CREACIÓN CANAL YOUTUBE, IVOOX Y SPOTIFY	30 PROMOCIÓN	01	02	03	04

DICIEMBRE 22 - C. PRODUCCIÓN

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
28	29	30	01 PROMOCIÓN	02 PROMOCIÓN	03 PUBLICACIÓN 1º CAPÍTULO	04
05	06 DESCANSO	07 3º PRUEBA DE MATERIALES	08 PROMOCIÓN	09 PROMOCIÓN / GRABACIÓN 3º CAPÍTULO	10 PUBLICACIÓN 2º CAPÍTULO	11 EDICIÓN
12 EDICIÓN	13 4º PRUEBA DE MATERIALES	14	15 GRABACIÓN 4º CAPÍTULO	16	17 PUBLICACIÓN 3º CAPÍTULO	18 EDICIÓN
19 EDICIÓN	20 CONFIRMACIÓN LISTA 4 INVITADOS	21	22 5º PRUEBA MATERIALES	23 GRABACIÓN 5º CAPÍTULO	24	25 PUBLICACIÓN 4º CAPÍTULO (ESPECIAL NAVIDA)
26 EDICIÓN	27 EDICIÓN	28 6º PRUEBA MATERIALES	29 GRABACIÓN 6 CAPÍTULO	30 EDICIÓN	31 PAUSA PUBLICACIÓN	01

ENERO 22 - C. PRODUCCIÓN

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
26	27	28	29	30	31	01
02 7° PRUEBA MATERIALES	03 EDICIÓN	04 GRABACIÓN 7° CAPÍTULO	05 EDICIÓN	06 EDICIÓN	07 PUBLICACIÓN 5° CAPÍTULO	08
09	10 8° PRUEBA MATERIALES	11	12	13 GRABACIÓN 8° CAPÍTULO	14 PUBLICACIÓN 6° CAPÍTULO	15
16 EDICIÓN	17 EDICIÓN	18 EDICIÓN	19	20	21 PUBLICACIÓN 7°CAPÍTULO	22
23	24	25	26	27	28 PUBLICACIÓN 8°CAPÍTULO	29
30	31	01	02	03	04	05

Invitados

Para la selección de invitados para esta primera temporada, he elegido como “padrino” del programa a Pablo Meixe, un cómico y Tiktoker gallego que está siendo una revelación en la plataforma y ha adquirido una gran popularidad en Galicia. Además, reúne todas las características del tipo de persona que quiero que se siente conmigo. El resto de los invitados son personas que para mí son interesantes de conocer y que podrían contar cosas muy atractivas para los seguidores del podcast. No quiero cerrarme a invitar solo a personas relacionadas con el mundo audiovisual, por eso he decidido que Ibai Gómez, futbolista del Deportivo de la Coruña, rompa esta dinámica. Si el proyecto tiene una buena recepción por parte de la audiencia me gustaría entrevistar a cocineros, profesores y personas de interés en Galicia.

La lista de invitados está hecha en el orden en el que me gustaría que fuesen publicados las entrevistas, pero soy consciente que esto puede variar por diferentes motivos.

LISTA DE INVITADOS

- **PABLO MEIXE**

Tiene una larga experiencia encima de los escenarios realizando monólogos por toda Galicia, pero no le ha llegado el éxito hasta hace un año gracias tiktok. La adicción a las RRSS, la fama efímera que te puede dar tiktok, la cancelación, ¿quiere ser influencer o cómico? y sus procesos creativos. Son temas que se tratarán en esta entrevista.



Pablo Meixe

- **ESTHER ESTÉVEZ**

Es la cara de “Digochoeu”, la cuenta dedicada a informar sobre los errores que solemos cometer a la hora de hablar en gallego. Me gustaría hablar con ella de su camino hasta llegar a ser una de las presentadoras más solicitadas en Galicia, de la importancia del idioma y de cómo ve que algunas personas me miren raro por decir que soy gallego.



Esther Estévez

LISTA DE INVITADOS

- **LUCÍA ESTÉVEZ**

Es una de las realizadoras más prometedoras de Galicia, es la ganadora del premio Mestre Mateo con la webserie XAN y ha desarrollado su primer largometraje, *As defensas*. Ella es un claro ejemplo de todos los pasos que tiene que dar una realizadora hasta llegar a su primer largometraje. Su experiencia y su trabajo son grandes temas de conversación.



Lucía Estévez

- **ORTIGA**

Es un joven santiagués que triunfa en la sesión vermú y en todos los festivales por donde pasa. Mezcla ritmos de ahora con el electrocumbia. Qué se siente tocar en un festival como O Son do camiño, la música de ahora con la de antes y ser alternativo son los temas que me gustaría tratar con él.



Ortiga

LISTA DE INVITADOS

- **FRAN CARBALLAL**

Actualmente es guionista, productor ejecutivo y director de contenidos en la productora Plano a Plano. Ahora mismo triunfa gracias a su cortometraje, coescrito con Pedro Díaz, La entrega (seleccionada para los GOYA 2023). Me gustaría saber cómo son los procesos creativos para escribir un cortometraje, cuál es la función de un director de contenidos y cuáles son sus futuros proyectos.



Fran Carballal

- **LETICIA REY**

Es una joven cantante que acaba de publicar su primer álbum, LUX. Ha tenido un largo viaje hasta publicar este disco, pero es una mujer muy preparada para su corta edad. La búsqueda de oportunidades, la composición y los directos serán los temas que tocaré con ella.



Leticia Rey

LISTA DE INVITADOS

- **SONIA MÉNDEZ**

Lleva más de 20 años en la industria audiovisual en diferentes ámbitos: guion, dirección y producción. Es la directora del festival de contenidos digitales “Carballo Interplay”. Su larga experiencia puede ayudar a los oyentes a entender lo difícil que es mantenerse tanto tiempo dentro de la industria y ver qué hay detrás de los focos de una producción.



Sonia Méndez

- **IBAI GÓMEZ**

Futbolista retirado que jugó su último año en el Dépor. Talento le ha sobrado durante toda su carrera, pero las lesiones han sido recurrentes y le han llevado a colgar las botas a sus 33 años. La psicología en el deporte, la inestabilidad futbolística a la hora de tener una familia y la vida postfútbol pueden dar a conocer la otra cara de ser deportista.



Ibai Gómez

DIFUSIÓN

Plataformas

Spotify e Ivoox son las plataformas más utilizadas por los oyentes de podcast, así que éstas serán las elegidas para reproducir el contenido de nuestro proyecto. Existen otras aplicaciones como Pódimo y Pódium, pero son de pago y eso las hace menos accesibles.

Los programas también tendrán imagen. Por eso necesitamos una plataforma como YouTube, una de las más usadas, para tener un mayor alcance. Aunque no solo la usaremos como alojamiento para el podcast, sino también para publicar pequeños fragmentos o clips de las entrevistas.



Logo Ivoox



Logo Youtube



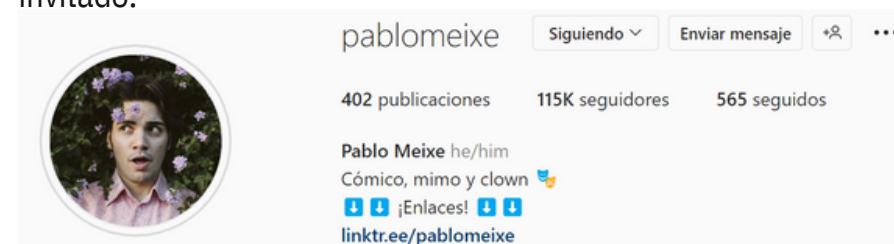
Logo Spotify

RR.SS.

Mi intención es darme a conocer a través de este podcast y no existe contenido audiovisual que no utilice las RRSS como un amplificador de mensaje, así que usaremos estas herramientas para que podamos compartir un contenido adicional. Instagram es la red social más usada por los jóvenes de 14-25 años y en 2022 ha alcanzado los 24 millones de usuarios. Por otro lado, Twitter es la cuarta más usada con unos 7 millones de usuarios (IAB Spain, 2022).

Estas serán nuestras redes elegidas para difundir aún más mi proyecto. Su uso, principalmente, será el de mantener un contacto diario con los seguidores: informando de los próximos invitados, compartiendo fechas de publicaciones, realizando encuestas, etc. Algo muy importante para captar nuevos seguidores será la publicación de pequeños clips o fragmentos del programa ¿con qué intención? Imaginemos que un invitado es un cantante y al espectador no le “interesa” esa persona, pero a lo mejor durante ese programa hablamos de un tema que capte su atención. Existen muchas posibilidades de que acabe consumiendo esa entrevista entera. Esto no solo resulta beneficioso para el programa, sino para la persona que protagonice ese trozo de video.

No tendré solo en cuenta las redes sociales del propio programa para ampliar el alcance del proyecto, también contaré la ayuda de las RRSS de los invitados para alcanzar a una audiencia mayor. Con el estreno de la entrevista de Pablo Meixe, una de las personas con más seguidores en Galicia, buscaré que parte de esos “followers” se interesen y empiecen a seguir las distintas cuentas del programa. Este ejemplo vale para cualquier invitado. Por otro lado, el local, Bar Tracio, cuenta también con Instagram y, como diré más adelante, ha accedido a ceder el local gratuitamente. Mi manera de agradecer este gesto será promocionando el local a través de las nuestras rrss y las del invitado.



Cuenta Instagram - Pablo Meixe



Cuenta Instagram - Bar Tracio

NOVIEMBRE 22 - C. RRSS

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
31	01	02	03	04	05	06
07	08	09	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28 CREACIÓN PERFIL PLATAFORMAS IVOOX, SPOTIFY Y YOUTUBE	29 CREACIÓN PERFIL RRSS TWITTER E INSTAGRAM	30 PROMOCIÓN CANALES / JUEGO "ADIVINA INVITADO"	01	02	03	04

DICIEMBRE 22 - C. RRSS

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
28	29	30	01 ANUNCIO INVITADO	02 CLIP Y FOTO PROMOCIONAL	03 PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN 1º CAPÍTULO	04 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)
05 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)	06 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)	07 JUEGO "ADIVINA INVITADO"	08 ANUNCIO INVITADO	09 CLIP Y FOTO PROMOCIONAL	10 PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN 2º CAPÍTULO	11 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)
12 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)	13 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)	14 JUEGO "ADIVINA INVITADO"	15 ANUNCIO INVITADO	16 CLIP Y FOTO PROMOCIONAL	17 PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN 3º CAPÍTULO	18 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)
19 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)	20 SORTEO ESPECIAL NAVIDAD	21 JUEGO "ADIVINA INVITADO" VERSIÓN NAVIDEÑA	22 ANUNCIO INVITADO	23 CLIP Y FOTO PROMOCIONAL	24 VIDEO NAVIDEÑO DEL EQUIPO	25 PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN 4º CAPÍTULO
26 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)	27 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)	28 CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM)	29 ANUNCIO DESCANSO FIN DE AÑO	30	31	01

ENERO 22 - C. RRSS

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
26	27	28	29	30	31	01
CLIP ENTREVISTAS ANTERIORES (TWITTER E INSTAGRAM) ⁰²	CLIP ENTREVISTAS ANTERIORES (TWITTER E INSTAGRAM) ⁰³	JUEGO "ADIVINA INVITADO" ⁰⁴	ANUNCIO INVITADO ⁰⁵	CLIP Y FOTO PROMOCIONAL ⁰⁶	PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN 5º CAPÍTULO ⁰⁷	CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ⁰⁸
CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ⁰⁹	CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ¹⁰	JUEGO "ADIVINA INVITADO" ¹¹	ANUNCIO INVITADO ¹²	CLIP Y FOTO PROMOCIONAL ¹³	PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN 6º CAPÍTULO ¹⁴	CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ¹⁵
CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ¹⁶	CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ¹⁷	JUEGO "ADIVINA INVITADO" ¹⁸	ANUNCIO INVITADO ¹⁹	CLIP Y FOTO PROMOCIONAL ²⁰	PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN 7º CAPÍTULO ²¹	CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ²²
CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ²³	CLIP ENTREVISTA (TWITTER E INSTAGRAM) ²⁴	JUEGO "ADIVINA INVITADO" ²⁵	ANUNCIO INVITADO ²⁶	CLIP Y FOTO PROMOCIONAL ²⁷	PUBLICACIÓN Y PROMOCIÓN 8º CAPÍTULO ²⁸	²⁹
30	31	01	02	03	04	05

PRODUCCIÓN

Set

El set ha sido elegido después de valorar otras opciones, pero finalmente he optado por el Bar Tracio porque ayuda, en mi opinión, a sentirte parte de la conversación que está ocurriendo. Otra razón es porque tengo una muy buena relación con el dueño, Gerardo Vieitez, y con la camarera, Ileana Waisman. Ambos son personas que me dan total control del local en las horas de grabación y, todo esto, sin pedir nada a cambio.

El set estará compuesto por los recursos que me ofrece el propio bar: dos sillas, una mesa y los carteles que decoran el bar. También he decidido que Ileana aparezca en medio de las conversaciones, para que nos puedan servir las bebidas que pidamos con el fin de que todo sea lo más natural posible.

He optado por eliminar otros elementos que se suelen ver en este tipo de producciones. Son: los auriculares de las personas que hablan y el ordenador o el mezclador de sonidos. ¿Por qué? Simplemente, no me convence que se vea en plano, creo que desvía la atención.

El equipo

ALVARO TINEO, 28 años (A Coruña)

Productor, director, editor y presentador del videopodcast



NICOLÁS MOSTEIRO, 26 años (A Coruña)

Cámara



IRIA RODRÍGUEZ, 26 años (A Coruña)

Técnica de sonido



Financiación

Este es un proyecto sin ningún tipo de financiación externa, mi presupuesto es muy bajo, pero no descarto buscar vías de financiación ya que aparecerán diferentes bebidas en las entrevistas y se podría intentar llegar a un acuerdo de promoción o patrocinio.

Por ello, la tarea de producción fue clave para conseguir la localización como el personal.

La localización fue cedida altruistamente por Gerardo Viéitez, dueño del local. Me dio casi el control total del lugar durante el día de grabación.

En cuanto a los materiales, los micrófonos fueron adquiridos por mí y las cámaras son propiedad de Nicolás Mosteiro. Las tascams con las que grabamos fueron cedidas por la facultad de Comunicación Audiovisual de la UDC. El resto del equipo técnico (cámara y sonido), realizado por Nicolás Mosteiro, fue cedido de forma gratuita.

El primer invitado, Pablo Meixe, accedió a la entrevista a cambio de, y cito textualmente, “un par de cervezas”. Aunque le ofrecí a hacerme cargo del transporte desde Ordes, pero se negó.

En la siguiente tabla de presupuestos se ven los gastos del primer capítulo en el caso de que hubiesen tenido un coste real. También sirve como un modelo o un gasto aproximado de cada capítulo.

PRESUPUESTO CAPÍTULO

Personal técnico		Alquiler material		Local		Otros	
Presentador (3h)	300€	Cámaras (3)	255€	Bar Tracio (3h)	300€	Transporte invitado	50€
Cámara (3h)	270€	Objetivo (3)	75€			Carteles	15€
Téc. de sonido (3h)	250€	Trípode (3)	71€				
		Micrófono (3)	44€				
		Tascams (2)	68€				
Total	820€	Total	513€	Total	300€	Total	65€

CONCLUSIONES

Crear un videopodcast no es tan sencillo como puede parecer. Reducir el concepto de podcast a hablar y grabarse no hace justicia a todo el trabajo que hay detrás, sobre todo en uno de entrevistas. He puesto en práctica muchos de los aspectos aprendidos a lo largo de esta etapa universitaria, pero he de reconocer que la parte de la producción es la más complicada ya que no siempre depende de ti. Al realizar el formato de entrevistas siempre estás en manos de la otra persona, de su disponibilidad. Pablo Meixe fue una de las primeras opciones como primer invitado y tuve suerte al ser una persona accesible que siempre me puso las cosas fáciles, pero he comprobado que muchos personajes “famosos” de Galicia dependen de otras grandes empresas.

La organización fue clave para la realización de este proyecto. En un principio, había decidido realizar la grabación del podcast en el centro Ágora y fue una buena elección ya que su disponibilidad era casi total gracias a que ofrecen diferentes salas, pero cuanto más concretaba el tono del programa más me alejaba de esa imagen blanca y pura que da el recinto. A 2 semanas de grabar cambié la localización por un bar, el Bar Tracio, que frecuento muy a menudo. Las luces oscuras y naranjas que tiene el sitio me encajaban mejor con el tipo de conversación y situación que quería conseguir con mi entrevista.

El inconveniente es que tuve las horas y días contados para poder disponer del lugar, pero conseguí coordinar a las personas que me ayudaron, al invitado y el local.

Otro aspecto en el que aprendí, y no de la mejor forma, fue con el tema del sonido. Es la parte más importante para un podcast. La gente podría perdonar una mala imagen, pero no un mal audio. Utilicé diferentes programas para grabar el primer capítulo (Reaper, Audacity y Adobe Audition) pero no facilitaban la grabación de dos micrófonos a la vez, así que tuve que optar casi a última hora por las Tascams (cedidas por la UDC).

Finalmente, salgo contento después de grabar el primer capítulo ya que creo que he conseguido plasmar la idea que tenía desde el principio a pesar de todas las complicaciones, aunque normales, que suelen surgir en este tipo de proyecto. Mi intención con este trabajo fin de grado fue la de enamorarme, aún más, de los podcasts y tener uno propio donde saliesen a relucir mis dos puntos fuertes que son la improvisación y la creatividad. Lo he conseguido.

Bibliografía

- Universidad de Navarra (2022). La escucha de podcast crece entre los internautas españoles, *Digital New Report*. Recuperado de: <https://www.digitalnewsreport.es/2022/la-escucha-de-podcast-crece-entre-los-internautas-espanoles/>
- Observatorio Ivoox (2022). Informe sobre el consumo de podcast en español: Se duplica el tiempo de escucha y se consolida el apoyo directo a los creadores, *Ivoox*. Recuperado de: <https://www.ivoox.com/blog/informe-se-duplica-el-tiempo-de-escucha-y-se-consolida-el-apoyo-directo-a-los-creadores/>
- Podtail (noviembre 2022). Los 100 podcasts más populares en este momento. Recuperado de: <https://podtail.com/es/top-podcasts/es/>