

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y artes**

**Vi Podcast: Los Procrastinadores en Cuarentena**

**Mateo Oswaldo Alvear Domínguez**

**Producción de Televisión y Medios Digitales**

Proyecto de titulación presentado como requisito  
para la obtención del título de  
Licenciado en Producción de Televisión y Medios Digitales

Quito, 7 de mayo de 2020

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ**

**Colegio de Comunicación y Artes**

**HOJA DE CALIFICACIÓN  
DE TRABAJO DE FIN DE CARRERA**

**Vi Podcast: Los Procrastinadores en Cuarentena**

**Mateo Oswaldo Alvear Domínguez  
Producción de Televisión y Medios Digitales**

**Nombre del profesor, Título académico**

**Javier Arano, MFA**

Quito, 7 de mayo de 2020

## AGRADECIMIENTOS

Al por fin haber concluido con esta gran etapa de mi carrera universitaria, solo me queda agradecer a ciertas personas que no solo me apoyaron, sino que hicieron que estos días de trabajo sean más llevaderos y de los más felices que podre recordar.

A Gabriel Pasquel, un gran amigo de quien aprendo cada día y que fue no solo un soporte sino el cimiento completo en el final de mi carrera. Amigo mío no tengo como agradecerte todo el apoyo que me has dado.

A Benjamín Astudillo, de mis mejores amigos de toda la vida y la persona con quien empecé esta vida del mundo audiovisual y que hasta el día de hoy está aquí ayudándome a seguir, tanto en las buenas como en las malas.

A Christian Viteri quien me salvo incontables veces de perder materias y que me ayudo a darle la parte visual a este sueño.

A Javier Arano un tutor increíble que siempre me pidió un poco más porque sabía que ese no era mi máximo, él no es solo un profesor es un gran amigo.

## **Derechos de Autor**

Por medio del presente documento certifico que he leído todas las Políticas y Manuales de la Universidad San Francisco de Quito USFQ, incluyendo la Política de Propiedad Intelectual USFQ, y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo quedan sujetos a lo dispuesto en esas Políticas.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Nombres y apellidos: Mateo Oswaldo Alvear Domínguez

Código: 00320663

Cédula de identidad: 0150581916

Lugar y fecha: Quito, 7 de mayo de 2020

## **ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN**

**Nota:** El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

## **UNPUBLISHED DOCUMENT**

**Note:** The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project – in whole or in part – should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al. (2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

## RESUMEN

Los Procrastinadores en cuarentena es un Vi Podcast, que se enfoca en la creación de contenido audio visual en medio de la actual pandemia que ocurre en el mundo.

Al ser un Vi Podcast este puede ser consumido en audio o en video, es decir los consumidores podrás disfrutar de el en la plataforma que ellos decidan.

Los presentadores son un par de chicos recién graduados que buscan de alguna manera hacer este tiempo de cuarentena más llevadero y darle un momento de respiro a sus consumidores.

Para esto se crearon diferentes secciones entre las cuales el tema principal será: Dar una pequeña revisión a los temas de actualidad y al transcurso semanal que mantiene la rutina de nuestro pequeño país amazónico, ver cómo el mundo avanza y los seres que habitamos en él no podemos dejar de seguir adelante, con un punto de vista diferente y menos serio al que usualmente vemos al aire.

Con el objetivo de darnos un respiro de nuestras rutinas y buscar la comedia en medio de la actual situación que ocurre en el Ecuador, todo esto mientras crean este espacio desde sus casas, para que la audiencia pueda sentir que esto no es más que una conversación entre amigos.

### **Palabras clave:**

Humor, podcast, aislamiento, plataformas virtuales.

## **ABSTRACT**

The Procrastinators in Quarantine is a Vi Podcast, which focuses on the creation of audiovisual content in the current pandemic that is occurring in the world.

Being a Vi Podcast, it can be consumed in audio or video, that is, consumers can enjoy the platform they choose.

The presenters are a couple of recently graduated guys looking to somehow make this quarantine time more bearable and give their consumers a moment of respite.

For this, different sections will be created, among which the main theme will be: Give a brief review of current issues and the weekly course that maintains the routine of our small Amazonian country, see how the world progresses and the beings that inhabit it We cannot stop moving forward, with a different and less serious point of view than what we usually see on the air.

With the aim of giving us a break from our routines and looking for comedy in the midst of the current situation that occurs in Ecuador, all this while creating this space from our homes, so that the audience can feel that this is nothing more than a conversation of friends.

### **Key words:**

Humor, podcast, isolation, virtual platforms.

## Tabla de Contenido

<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	<b>3</b>
<b>ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>UNPUBLISHED DOCUMENT</b> .....	<b>5</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>6</b>
<b>Palabras clave:</b> .....	<b>6</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>7</b>
<b>Key words:</b> .....	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>10</b>
<b>Objetivo</b> .....	<b>11</b>
<b>Justificación</b> .....	<b>11</b>
<b>DESARROLLO DEL TEMA</b> .....	<b>14</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>14</b>
<b>BIBLIA DE PRODUCCIÓN</b> .....	<b>18</b>
<b>Ficha técnica</b> .....	<b>18</b>
<b>Tag line</b> .....	<b>18</b>
<b>Idea central o Storyline de la serie</b> .....	<b>18</b>
<b>Log line</b> .....	<b>19</b>
<b>Sinopsis de la serie</b> .....	<b>19</b>
<b>Premisa</b> .....	<b>19</b>
<b>Personajes</b> .....	<b>20</b>
<b>Episodios</b> .....	<b>20</b>
<b>Estructura</b> .....	<b>20</b>
<b>Estética</b> .....	<b>22</b>

<b>GUIÓN</b> .....	<b>23</b>
<b>Guion completo del primer episodio (piloto)</b> .....	<b>23</b>
<b>Créditos</b> .....	<b>24</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>25</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....	<b>26</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>27</b>
<b>Anexo A: Logos</b> .....	<b>27</b>

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo consiste de dos partes; una parte escrita, la cual es la biblia de producción; y una parte visual, un vi podcast. Se toma como punto de partida el proceso psicológico que atraviesa una persona al estar aislada por tanto tiempo debido a la pandemia y como el humor puede ayudar a sobrellevar esto.

El año 2019 fue considerado el boom de los Podcast en Latinoamérica y a nivel mundial. Plataformas como Spotify o Apple Podcast empezaron a llegar sus visitas por los nuevos creadores de contenido. En el Ecuador como era de esperarse, esto solo exploto en el consumo de material internacional.

Los Procrastinadores en cuarentena nace como esta iniciativa de llevar nuestro contenido a través de la red para llegar a cualquier parte del mundo y darnos a conocer no solo como consumidores, sino como productores. Todo esto con el sentimiento del humor y las vivencias de los ecuatorianos.

El objetivo general será crear un producto con el cual nos podamos sentir identificados pero que al mismo tiempo pueda ser consumido en cualquier rincón del planeta, pero no solo con un podcast, sino como un vi podcast para que cualquiera pueda disfrutarlo de la manera que desee.

Un vi podcast es un material que funciona tanto en audio como en video, pueden ser consumidos juntos o separados, recordando que cada uno de ellos contendrá el mismo contenido, pero le da la libertad al espectador de como consumirlo.

Este trabajo pretende dejar en la sociedad ecuatoriana un precedente sobre los poderes de las plataformas virtuales y de cómo usarlos para ayudar a superar diferentes circunstancias o al menos a sobrellevarlas.

## **Objetivo**

Crear un producto audiovisual hecho por y para ecuatorianos y romper la barrera que divide el consumo de la producción para lo cual se tendrá como mecanismo plataformas de acceso global que permiten la propagación de este tipo de contenido para llegar a la mayor cantidad de espectadores posibles.

## **Justificación**

El haber nacido a finales de los 90s me ha permitido experimentar tantos cambios en la forma de consumo de materiales audiovisuales, que siento que estamos llegando a una nueva transformación en este 2020.

Gracias al internet tenemos una infinidad de material audiovisual a nuestra disposición desde la comodidad de nuestros hogares. Esto puede ser algo tanto bueno como malo.

Si tomamos el sentido de la vida del ecuatoriano me gustaría enfocarme en los años 2000, en esta época quisiera abarcar todo lo que comprende esa década.

Uno de los programas más consumidos por la televisión ecuatoriana fue “Vivos”, conocida por ser un humor satírico de la vida de los ecuatorianos, en este show creaban mofas desde los políticos más importantes de la época, hasta una representación totalmente regionalista de la apariencia de las personas dependiendo de en que parte del Ecuador se encuentren.

Este fue un programa amado en su tiempo, pero muy criticado actualmente, todo esto por su humor satírico e inclusive transgresor.

Otro programa que va por el mismo sentido es “Mi Recinto”, el cual era una parodia de los montubios de la costa ecuatoriana.

Si menciono estos dos programas son por el hecho de lo que generaron en los 2000 y lo que generan en la actualidad.

Siendo ambos aclamados por la audiencia mientras se transmitían, actualmente son la referencia de lo que está prohibido o mal visto hacer en televisión abierta. Mientras iba llegando el fin de la década de los 2000, tanto la televisión como la radio empezaron a censurar este tipo de programas ya que su humor no funcionaba para el contenido para toda la familia que ahora se buscaba.

Lo interesante de este caso es que no solo ocurrió en el Ecuador, este fue un fenómeno global, cuando esto ocurrió apareció una nueva plataforma Youtube y los famosos youtubers.

En respuesta al exceso de censura en los medios tradicionales nace esta plataforma en la cual cualquier persona puede disfrutar o crear contenido audiovisual, y lo más importante, sin censura.

Gracias a esto la gente empieza a ser procreadores, es decir ya no solo consumimos sino creamos contenidos. Youtube fue muchos años llamado la plataforma de la libre expresión.

Hasta la actualidad, como cualquier negocio, este necesita de dinero para subsistir, y youtube no es la excepción. Al ser esta una plataforma de libre uso, sus ingresos provienen de marcas que pagan para poder poner su publicidad en medio de los videos que se transmiten allí.

Esto era un ganar y ganar cuando empezó ya que los creadores de contenidos generaban ingreso por las vistas y las marcas, y las marcas conseguían visibilidad en la internet.

Pero mientras más gente se unía a la plataforma, más las marcas querían controlar en que parte se visibilizaban sus anuncios, por lo cual controlaban donde y en los videos de quien se podían ver.

Gracias a esto ocurre el Adpocalypse, un momento en el cual las marcas que más generaban ingresos en youtube, decidieron alejarse de la plataforma y la plataforma para que esto no ocurra empezó a censurar a los creadores de contenido que no sean Family Friendly para mantenerlos.

Aquí empieza la censura de youtube, la cual se ha extendido hasta la actualidad.

Ahora que la plataforma que antes era de libre expresión no deja que se toquen diferentes temas y que empieza a esconder a los creadores que generen contenido no apto para todo público ¿Qué ocurre?

Lo mismo, empieza el surgimiento de nuevas plataformas, pero ahora en nuevos formatos.

Los podcasts empiezan a surgir, estos son como programas de radio, pero con la diferencia de que se pueden escuchar en cualquier momento y están abiertos a todo público.

Los Vi Podcast ya te da nuevas experiencias, ya no solo disfrutaras de personas hablando, ahora podrás verlos e inclusive interactuar con ellos, todo esto gracias a las facilidades que nos da la red.

Y de allí nacemos los Procrastinadores en cuarentena. Un par de chicos que buscamos un humor fuerte, buscamos un lugar en el cual podamos hablar de cualquier tema sin el miedo a ser censurados o escondidos.

El humor nunca podrá ser censurado, siempre encontrará una nueva manera de surgir.

## DESARROLLO DEL TEMA

### MARCO TEÓRICO

Los medios tradicionales llámense: Televisión o radio; han ido perdiendo poco a poco su audiencia, esto debido a diferentes factores. Gracias a esto los nuevos medios audiovisuales han empezado a surgir.

Para la creación de esta tesis nos enfocaremos en los podcasts, pero ¿Qué son los podcasts? Para poder responder a esta pregunta primero debemos saber el significado de su raíz podcasting.

El autor Toni Sellas en su libro *El podcasting y la @evolución sonora* se refiere a este como la unión de las palabras Ipod y broadcasting. Esto para hacer referencia a como un sistema de audio como el Ipod nos permitía el uso o mejor dicho el consumo de diferentes tipos de materiales audiovisuales de manera fácil y sin estar atados a cables (2001); es decir el podcasting es esta nueva manera de consumir productos audiovisuales que ya no están conectados a los medios tradicionales y que podemos llevar con nosotros al ser de fácil acceso y con la posibilidad de consumirlos en el momento que necesitemos.

Explicado esto podemos tomar el Oxford Dictionary of English para la definición de podcast. “a digital audio file that can be taken from the internet and played on a computer or a device that you can carry with you (2020)”

Ahora, al ser ésta una tesis que se enfoca en una nueva forma de consumo de los podcasts llamada Vi Podcast tomaremos la misma definición de Oxford, pero le aumentaremos una palabra. Entonces con la definición que usaremos para esta tesis quedaría de la siguiente

manera “Un archivo digital de audio y/o video, que puede ser obtenido del internet y reproducido en una computadora o cualquier medio que puedas llevar contigo.”

Siendo el formato podcast tan nuevo, con no más de 16 años, y el formato Vipodcast aún mas nuevo, es importante saber de donde nacen este tipo de productos o por qué la gente los consume más que los medios tradicionales.

En el artículo Podcasting: A new technology in search of viable business models los autores: Sheri Crofts, Mark Fox, Andrew Retsema, Bob Williams se refieren a esto como:

“The growth of podcasting is being shaped by a number of social factors:

1. Podcasting allows listeners to engage in time–shifting, while providing space independence, i.e., to listen to media at a time and place that is convenient.
2. Consumers view traditional radio as having too much advertising.
3. Listeners are frustrated with the homogeneous nature of traditional radio programming.
4. We are seeing a fragmentation of traditional media — from mass broadcasting to media that is tailored to individual needs, i.e., to personalized media. This fragmentation is being fueled, in part, by podcasting — a technology that allows individuals to share their expertise and interests with others.” (2005)

Su traducción al español es la siguiente:

“El crecimiento del podcasting está siendo moldeado por una serie de factores sociales:

1. El podcasting permite a los oyentes participar en el cambio de tiempo, al tiempo que proporciona independencia de espacio, es decir, escuchar los medios en un momento y lugar que sea conveniente.
2. Los consumidores consideran que la radio tradicional tiene demasiada publicidad.
3. Los oyentes están frustrados con la naturaleza homogénea de la programación de radio tradicional.
4. Estamos viendo una fragmentación de los medios tradicionales, desde la transmisión masiva hasta los medios que se adaptan a las necesidades individuales, es decir, a los medios personalizados. Esta fragmentación está siendo alimentada, en parte, por

podcasting, una tecnología que permite a las personas compartir su experiencia e intereses con otros.” (2005).

Gracias al internet se han creado diversas plataformas para el uso de este nuevo material audiovisual, pero no solo eso, con la llegada de estos tipos de productos, también llegaron los prosumidores.

El autor Octavio Islas en su artículo INTERNET 2.0: EL TERRITORIO DIGITAL DE LOS PROSUMIDORES se refiere a estos como “la mayoría de las personas consumían lo que ellas mismas producían. No eran ni productores ni consumidores en el sentido habitual. Eran, en su lugar, lo que podría denominarse prosumidores.” (2012).

Es decir, los prosumidores ya son un público el cual no solo consume, si no crea contenido para consumo masivo. A pesar de que este es un término que ya existe desde hacía varios siglos, ha tenido un reciente boom con las redes sociales.

Plataformas como Youtube, Apple Podcast y Spotify, por decir algunas, son las que han permitido el crecimiento de estos prosumidores y han cambiado el esquema de consumo.

Este tipo de contenido ha demostrado su efectividad en diferentes partes del mundo, como ejemplo principal tomemos a Mexico, el actual es reconocido por su gran cantidad de creadores de contenido web, es decir prosumidores de todo tipo de plataforma.

En el caso de este país los prosumidores han explotado todo tipo de tópicos o temas para la creación de podcast, por ejemplo: Política, el exponente más fuerte puede ser “La radio de la republica”; comedia, “La cotorrisa”, este es el podcast número uno de comedia en Latinoamérica; ayuda psicológica, “Se regalan dudas”. Y así se puede seguir por una infinidad de temas.

Los medios tradicionales poco a poco han ido perdiendo a sus consumidores. Una de las mayores razones fue la censura a su contenido y la limitada cantidad de tiempo y horarios para consumirlo.

Los Procrastinadores en cuarentena nace de eso, la censura.

Este proyecto es la culminación del pensamiento crítico de dos personas: Mateo Alvear y Gabriel Pasquel, los cuales han visto la transformación del internet y el avance de las redes sociales como medios de expresión. Todo esto en un país donde la censura abunda y donde siempre se debe pensar políticamente correcto para poder expresar cualquier tipo de comentario.

## **BIBLIA DE PRODUCCIÓN**

### **Ficha técnica**

- Título del proyecto. “Los procrastinadores en Cuarentena”
- Género. Comedia ViPodcast
- Formato: 8 episodios mensuales de 25 minutos
- Audiencia objetiva, a qué target se dirige. Jóvenes adultos de 20-35 años
- Frecuencia y franja de emisión. 2 veces por semana, miércoles y sábados.

### **Tag line.**

Unos desempleados sin pelos en la lengua buscan ver el lado chistoso a la actualidad y desconectarse de los problemas de ella.

En las series hay un tag line por temporada.

Los procrastinadores en cuarentena

- Temporada. 1: “En cuarentena”.
- Temporada. 2: “Y ahora ¿Qué hacemos post cuarentena?”.

### **Idea central o Storyline de la serie**

Darles una pequeña revisión a los temas de actualidad y al transcurso semanal que mantiene la rutina de nuestro pequeño país amazónico, ver cómo el mundo avanza y los seres que habitamos en él no podemos dejar de seguir adelante, con un punto de vista diferente y menos serio al que usualmente vemos al aire.

**Log line**

Un par de desempleados analizaran la actualidad del país para buscar el lado divertido y hacerte olvidar de tu rutina.

**Sinopsis de la serie.**

Los procrastinadores nacen de la actual adversidad política, social y económica que enfrenta el mundo en este 2020, el poseer más tiempo libre del que realmente quisiéramos. ¿Qué hacer ahora que estamos graduados? ¿Qué alternativas hay? ¿De qué vamos a vivir? ¿Cuánto tardaremos en encontrar un trabajo? Mientras llegan las respuestas, esperaremos con humor y tranquilidad el mañana. Mateo y Gabriel crearon este podcast para abrir un espacio donde puedan hablar y reflexionar, todo como si fuera una simple conversación de amigos.

**Premisa.**

Los Procrastinadores es nuestra respuesta a una actualidad políticamente correcta, el humor tiene tantos matices que hacer que solo uno de ellos sea aceptado es lo que puede llegar a acabarlo, este podcast buscara crear humor de todo tipo tanto transgresor como blanco, buscamos salir de lo correcto para llegar a un punto de alegría propia, en la cual no se tomara en cuenta susceptibilidades de terceros, será el humor de dos amigos sin miedo a ser juzgados por lo que piensan o digan. Todo esto a través de los medio de difusión más grandes que existe en la actualidad, el internet; este programa será un Vi Podcast, teniendo en cuenta que si solo deseas escucharlo a verlo va a tener diferencias que lo van a hacer rico por si mismo, sin necesidad de tener que limitarte solo a video o solo audio.

**Personajes.**

Mateo Alvear: Estúdiate graduado de la carrera de cine y próximo a graduarse de la carrera de televisión, tiene 23 años y le molesta la búsqueda de la aprobación, tiene un humor muy fuerte y satírico, pero no ha encontrado ¿dónde? ni ¿con quién sacarlo? Siente que la comedia actual se ha estancado, pero rescata la comedia de los 90s y los inicios de los 2000, esa comedia que él entendía y no se ofendía al escucharla.

Gabriel Pasquel: Graduado de televisión y comunicación, es un joven de 28 años, su humor es trasgresor y fuerte, políticamente incorrecto pero muy buena persona, no teme dar a conocer su punto de vista y siempre mantiene un respaldo de lo que dice.

**Episodios.**

Episodio Piloto: “Tú mejor/peor experiencia en la cuarentena”. Mateo y Gabriel dan a conocer este nuevo vi podcast, para empezar con esta serie deciden tomar las noticias más relevantes de esta semana, además de empezar a interactuar con su nuevo público al preguntarles sobre como llevan o que les ha ocurrido en esta cuarentena.

**Estructura.**

Este podcast se dividirá en 4 o 5 bloques, dependiendo del tipo de episodio.

Cada bloque tendrá una duración máxima de 15 minutos.

Para dar su propia identidad a cada uno de estos bloques se ha creado una cortinilla personalizada como introducción a los segmentos, todas estas bajo un mismo manual de marca para no salir de los estándares del producto.

Las secciones son:

- **El vistazo a la semana:** Este bloque se encarga de informar las noticias más relevantes e hilarantes de la semana desde un punto de vista más casual e irreverente, se presentarán un mínimo de 3 noticias hasta un máximo de 6.
- **Memoria Ciudadana:** Esta sección se encargará del acercamiento de los presentadores a los espectadores, todo esto mediante las vivencias del público a un tema que varía cada semana, estas podrán ser enviadas en: video, audio o texto; estas pasarán por una selección antes de cada programa. Estas vivencias no duraran más de 30 segundos en ser leídas, escuchadas o vistas, esto con el fin de dar a los presentadores el tiempo para poder opinar de ella.
- **Vida adultera:** En base al tema de la sección anterior los presentadores crearan una reflexión final de la semana. Todo esto bajo la temática de la transición de dejar de ser un joven a ser un adulto.
- **Recién Graduados:** El apoyo en este nuevo mundo digital es indispensable para la creación de este contenido, en esta sección se buscará dar a conocer trabajos o proyectos audiovisuales de personas que estén empezando y deseen usar nuestro medio como una forma de difusión de su trabajo.
- **Autocomplete** (en caso de invitado): La plataforma Google autocompleta tus búsquedas relacionándolas con búsquedas similares que diversas personas cercanas a ti lo han, esta sección busca encontrar que es lo que el ecuatoriano promedio investiga en la

internet y comentarlo junto a los invitados del día. Esta sección está pensada para realizarse cada 5 programas.

### **Estética.**

Al ser este un producto denominado Home Made, no se buscará una creación profesional en estilidad, se buscará la conexión con el público a base de el uso de los lugares más personales de los presentadores, sus habitaciones.

El motivo de esto recae en el sentimiento de creaciones de conexiones emocionales, al ver a los presentadores como un par de amigos, más que como se los ve en la televisión o en redes.

La plataforma en la cual se grabará es discord, apoya de sistemas como obs.

Las cámaras serán las propias de cada uno, Mateo usara una canon 5D mark 2 y Gabriel una ligitech C270 HD. Para grabar el audio se usarán unas tascam dr 40.

## GUIÓN

### Guión completo del primer episodio (piloto).

Los Procrastinadores en Cuarentena

**Duración del episodio:** 49 minutos

#### Locutores:

- Locutor 1: Mateo Alvear
- Locutor 2: Gabriel Pasquel

Descripción de eventos y sucesos	Duración
Logo y disclaimer	30 segundos
Presentación Mateo y Gabriel	30 segundos
Introducción al episodio	1 minutos 30 segundos
<b>Cortinilla de Sección “El vistazo de la semana”</b>	<b>6 segundos</b>
Noticia “Ecuador lleva a la Unesco difusión de noticias falsas”	5 minutos
Noticia “Dos fiscales suspendidos por incidentes en una ‘fiesta’ en Ibarra durante el toque de queda	2 minutos
Noticia “Apple y Google se unen para frenar el coronavirus a través del rastreo”	2 minutos 30 segundos

<b>Cortinilla de Sección “Memoria ciudadana”</b>	<b>6 segundos</b>
Introducción a la sección	30 segundos
Tik Tok sobre el pan	3 minutos
Argentina explosión de todo	1 minuto
<b>Cortinilla de Sección “Recién graduados”</b>	<b>6 segundos</b>
Esteban Revelo	2 minutos 30 segundos
<b>Despedida del programa</b>	1 minuto 40 segundos
Música de Esteban final del programa	20 segundos

Duración: 21 minutos

### **Créditos.**

Dirección: Mateo Alvear

Actores: Gabriel Pasquel, Mateo Alvear

Posproducción: Gabriel Pasquel, Mateo Alvear

Música: Esteban Revelo

Logos: Christian Viteri, Rodney Andrade.

## CONCLUSIONES

Un podcast que sirve tanto para quienes lo hacen, como para quienes lo escuchan. Este producto cumple su objetivo de buscar el humor en medio de esta catástrofe y hacer que los consumidores olviden momentáneamente su rutina para unirse a un par de amigos.

Este podcast está dirigido a un público maduro, ya que trata temas que pueden herir susceptibilidades y ofender a individuos de criterios distintos, no habrá discriminación y se tratará a todos por igual, no nos hacemos responsable por sentimientos lastimados o la insensibilidad de algunas ocurrencias; el objetivo de este podcast no es más que el de entretener y hacer que por un momento olvides la rutina y puedas disfrutar de este par de amigos desempleados que hablan sin censura.

Al tener ya este producto finalizado encuentro no solo gratificante, sino alentador este nuevo proyecto, ya que no solo alcanzo las expectativas de quienes lo vimos crecer, sino las supero.

Este no solo puede ser el comienzo de un producto nuevo, sino el inicio de una ola de contenido audiovisual que aún no ha despertado en el Ecuador, recordemos que nuestro mercado audiovisual es aún muy joven y el poder ayudar a crecer esto es un impulso que no solo nosotros necesitamos, sino que cualquier persona que nos ve necesita.

Como dijimos al inicio, este es un producto que lo hacemos desde nuestras casas, con el fin de ayudar a llevar este tiempo de pandemia y que la gente olvide por un momento el estrés del encierro, hacer esto más llevadero y tal vez con esto empezar a ver el nacimiento de una nueva generación de creadores audiovisuales en esta nueva rama.

## REFERENCIAS

Crofts, S., Fox, M., Retsema, A., & Williams, B. (2005). Podcasting: A new technology in search of viable business models. *First Monday*, 10(9).

<https://doi.org/10.5210/fm.v10i9.1273>. (traducido).

Oxford University Press. (2020). Definition of podcast noun from the Oxford Advanced Learner's Dictionary. Mayo 14 de 2020, de Oxford Learners dictionaries Sitio web:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/podcast?q=podcast>

Sánchez Carrero, J., & Contreras Pulido, P. (2012). De cara al prosumidor: producción y consumo empoderando a la ciudadanía 3.0.

Sellas, T. (2011). *El podcasting: la (r) evolución sonora* (Vol. 41). Editorial UOC.

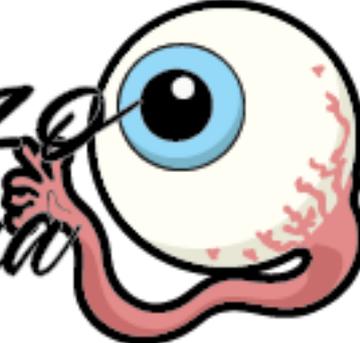
## ANEXOS

## Anexo A: Logos.

*Sin Pelos  
en la Lengua*



*El Vistazo  
a la Semana*



*Memoria  
Ciudadana*



*Recién  
Graduados*





