



UNIVERSITAS
Miguel Hernández

Universidad Miguel Hernández

Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche Grado en
Periodismo

Trabajo Fin de Grado Curso académico 2023/2024

**CREACIÓN DE UN PODCAST SOBRE INFORMACIÓN
POLÍTICA Y CINEMATOGRAFICA**

Trabajos de desarrollo de un proyecto o servicio
relacionado con la comunicación

Realizado por Alonso Párraga Redondo

Tutorizado por José Luis González Esteban

Resumen

La creación de un proyecto de podcast sobre cine y política se centrará en la divulgación de conceptos políticos relacionados con lo audiovisual. En la sociedad actual muchas ideas políticas de los individuos son introducidas mediante el cine. A través de la revisión bibliográfica y de entrevistas con divulgadores de cine se llevará a cabo el objetivo de estudiar más a fondo el contenido y la forma de las películas para transmitir conceptos sociales o políticos. De esta manera, se pretende emitir unas relaciones o paralelismos sobre ciertas sagas de ciencia ficción, especialmente, denominadas distopías que parecen quedar muy lejos del espectador.

Palabras clave: cine, política, podcast, divulgación, entrevista

Abstract

The creation of a podcast project about cinema and politics will focus on the dissemination of political concepts related to audiovisuals. In today's society many political ideas of individuals are introduced through cinema. Through a bibliographic review and interviews with film promoters, the objective of further studying the content and form of films to transmit social or political concepts will be carried out. In this way, it is intended to emit relationships or parallels about certain science fiction sagas, especially so-called dystopias that seem to be very far from the viewer.

Keywords: cinema, politics, podcast, dissemination, interview

ÍNDICE:

| | |
|---|-----------|
| 1. Introducción: | 3 |
| 1.1. Contexto y mercado:..... | 3 |
| 1.2. Objetivos:..... | 5 |
| 2. Realización: | 5 |
| 3. Creación de una identidad de marca: | 6 |
| 3.1. Diseño del logo del podcast:..... | 6 |
| 3.2. Estructura del podcast:..... | 9 |
| 3.3. Público objetivo:..... | 10 |
| 3.4. Competencia:..... | 12 |
| 3.5. Planificación y análisis DAFO:..... | 16 |
| 3.6. Misión, visión y valores:..... | 19 |
| 3.7. Difusión en redes sociales:..... | 20 |
| 3.8. Monetización:..... | 22 |
| 3.9 Gastos:..... | 24 |
| 3.10. La Burbuja Sci-Fi en el futuro:..... | 25 |
| 4. Conclusiones: | 26 |
| 5. Bibliografía: | 27 |
| 6. Anexos: | 29 |
| 6.1. Guion literario y técnico:..... | 29 |
| 6.2. Fuentes del podcast:..... | 34 |
| 6.3. Índice de figuras:..... | 36 |

1. Introducción:

El proyecto relacionado con la comunicación y periodismo a desarrollar será un podcast. El podcast o podcasting es un modelo de comunicación que nace como evolución del lenguaje radiofónico, manteniendo el potencial creativo y comunicativo, liberándose a la vez de las cadenas que este medio tenía¹. (Tenorio, 2008).

Ahora, con Internet, la posibilidad de acceder a los contenidos bajo demanda y desde prácticamente cualquier dispositivo ha permitido el auge del podcast a nivel global. Cada vez es más frecuente encontrar podcast corporativos y de empresas con invitados famosos como estrategia de comunicación corporativa.

Pero, un género que puede no estar tan explorado aún es el podcast de análisis cinematográfico. Aunque los creadores de contenido y divulgadores sobre cine abundan en redes sociales, en el género de podcast no encontramos demasiados.

De esta manera, se plantea la realización de un podcast de divulgación política y cinematográfica para comprobar la capacidad de influencia del cine en la población.

1.1. Contexto y mercado:

“El *podcast* ha experimentado recientemente un notable auge a nivel mundial y España no ha sido la excepción, ya que cada vez son más los que lo ven como una buena alternativa que distrae y entretiene pero, que al mismo tiempo, puede aportar información práctica y fiable. Sólo en 2022, el número de oyentes de este tipo de audio digital en el país ya se aproximaba a los tres millones y el consumo semanal rozaba las diez horas, duplicando así el registrado durante el año anterior. Del mismo modo, el gasto publicitario destinado a los *podcasts* marcó un nuevo máximo histórico al rozar los seis millones de euros. Este crecimiento se ha debido, en gran parte, a las plataformas de *streaming*. Y es que YouTube y Spotify se han convertido precisamente en los medios más utilizados por la población cuando quieren

¹ Definición extraída de [Podcast: Manual del Podcaster](#)

escuchar este contenido, entre otras cosas, gracias a su gratuidad -todavía son minoría los dispuestos a pagar por estos programas- y a la amplia oferta de la que disponen pese a ello. A fin de cuentas, más de dos terceras partes de los podcast estrenados en España durante 2022 fueron de libre acceso.

Ahora bien, la situación parece cambiar cuando se trata de su creador favorito. Un informe reciente de iVoox muestra que, únicamente en esta aplicación, existen más de 3.000 *podcasts* con fans activos que contribuyen económicamente por razones que van desde ayudar a que el *podcaster* pueda seguir subiendo nuevos episodios hasta tener acceso a contenido exclusivo o concursos. ¿Lo mejor? Se trata de un apoyo que en el 95% de los casos se renueva mes a mes y que genera al año más de dos millones de euros”.² (Orús, 2024).

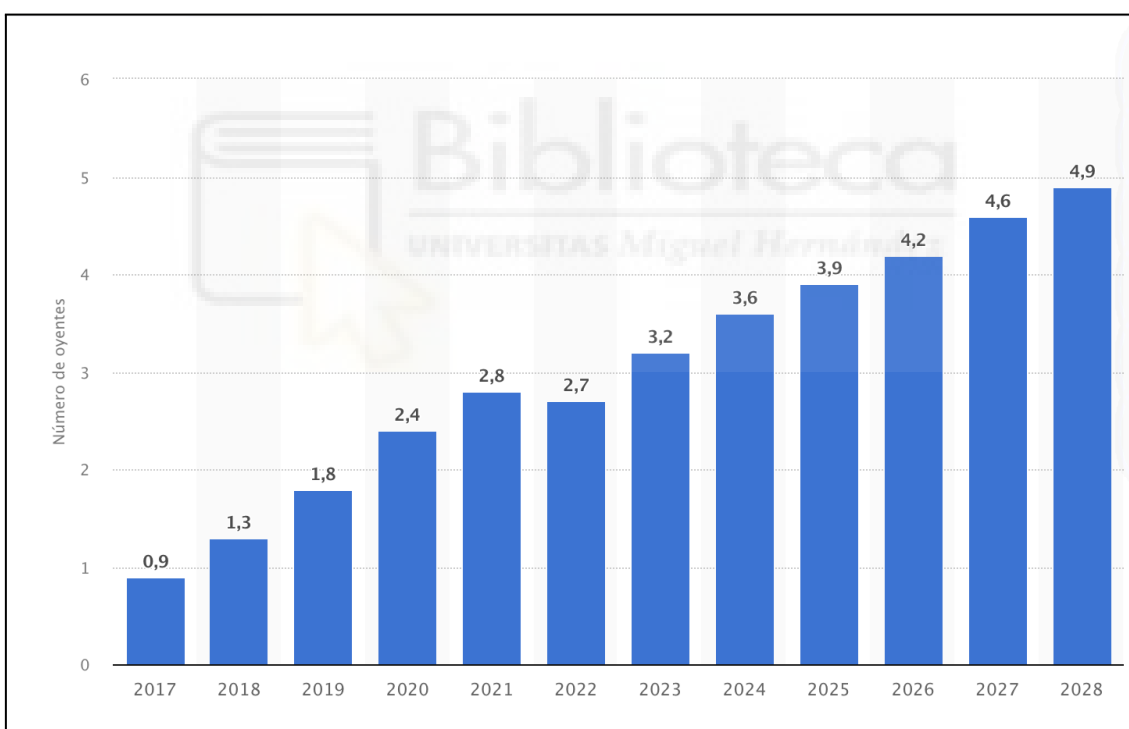


Figura 1: Evolución y previsión del podcast en España hasta 2028. Fuente: Statista.³

En el gráfico anterior podemos ver la evolución del número de oyentes de podcast en España, con un especial salto en el año 2020 debido a la

² Análisis extraído de: [La industria del podcast en España.](#)

³ Gráfico extraído de: [Statista](#)

cuarentena. Esta estadística ha conseguido mantenerse y todo apunta que se duplicará en el próximo lustro.

1.2. Objetivos:

Este proyecto tiene como objetivo la creación de un podcast que sirva como medio de difusión para ideas y conceptos sobre la sociedad y la política. A través del testimonio de divulgadores expertos en la materia y de la revisión de los contenidos audiovisuales se pretende:

- Demostrar la capacidad de influencia del cine en la población en cuestiones sociales y políticas.
- Crear un proyecto de comunicación periodística desde cero.
- Establecer un plan de comunicación para alcanzar la mayor difusión y alcance posible.

2. Realización:

Los programas del podcast estarán divididos en 2 en una primera instancia, pues la publicación será bimensual. El guion, ritmo del programa, edición y posterior difusión estará al cargo de Alonso Párraga Redondo, estudiante del Doble Grado en Periodismo y Comunicación Audiovisual en la Universidad Miguel Hernández de Elche.

Los invitados jugarán un papel fundamental en el desarrollo del proyecto, pues a través de la visión y los testimonios de expertos la información será contrastada de primera mano, aportando un punto de vista más profesional. Estas entrevistas se realizarán en un principio de manera telemática al no contar con financiación ni presupuesto para un local y costear el viaje del invitado.

El entorno será relajado y con espacio para debatir y poder enriquecer la escucha con la diversidad de opiniones sobre los contenidos. En todo momento el locutor será quien conduzca al invitado por las preguntas y conceptos a debatir para luego acabar en una conversación distendida en la que puedan

surgir nuevas ideas y preguntas. De esta manera, se combina la profesionalidad de la comunicación y difusión desde el punto de vista periodístico, y la garantía de que la información sea verídica lo máximo posible gracias al entrevistado.

3. Creación de una identidad de marca:

La Burbuja Sci-Fi, ese será el nombre de la marca. La elección de este nombre da al oyente una imagen de espacio dedicado e independiente sobre ciencia ficción. Este espacio se imagina como uno cerrado y aislado en el que puede pasar cualquier cosa, al igual que en universos ficticios y realidades alternativas.

También es un nombre corto y fácil de recordar. Además de que no incide directamente en las palabras de “cine” y “política”, sugiriendo la curiosidad de un posible público objetivo.

3.1. Diseño del logo del podcast:

Para la elaboración de este podcast he centrado la atención en dos elementos: una burbuja o círculo y un micrófono. Quería un logo que centrara la atención en el micrófono del centro para que se relacione con el audio y la creación de podcast. Después, la burbuja y las burbujas de abajo simbolizan ese espacio imaginativo que representa tan bien el género de ciencia ficción.

Los colores utilizados han sido el negro el blanco y el naranja. La combinación clásica de blanco y negro es siempre una elección versátil que funciona bien en numerosos contextos. Para romper esa monocromía, quería añadir un color que “rompiera” con ese esquema. El naranja fue el elegido para despertar la emoción y la atención del posible oyente. También, la gran mayoría de películas de acción y ciencia ficción utilizan el “teal and orange”, y quería representarlo de alguna manera.

“Un recurso muy utilizado, en especial en las películas de acción y aventuras, pero se encuentra comúnmente en todos los géneros. El color azul y el naranja se sitúan en lados opuestos del círculo cromático, esto hace que el uso de sendos colores cree un gran contraste y separe al sujeto del fondo, ayudando a

focalizar la acción sobre el elemento principal y creando una imagen natural y agradable para el espectador”⁴ (Sánchez, 2021).

De esta manera, el logotipo es el siguiente:



Figura 2: Logotipo de La Burbuja Sci-Fi. Elaboración propia.

Para posibles diseños en redes sociales y documentos corporativos, se han realizado también las versiones en blanco y negro y negativo:

⁴ Conclusión extraída de: [“Etalonaje digital: Tendencia de uso en base al género cinematográfico y desarrollo de casos prácticos de corrección de color”](#).



Figura 3: Logotipo de La Burbuja Sci-Fi en blanco y negro. Elaboración propia.



Figura 4: Logotipo de La Burbuja Sci-Fi en negativo. Elaboración propia.

3.2. Estructura del podcast:

La Burbuja Sci-Fi es un podcast bimensual dialogado sobre la política y la sociedad de las obras audiovisuales cinematográficas y televisivas. De esta manera, la estructura del programa será la siguiente:

1. Tema musical de apertura:

Esta es la introducción auditiva del episodio. Se pretende establecer el tono y ambientar al espectador en el mundo de la ciencia ficción. Este tema inicial tiene tonos futuristas con sonidos electrónicos y espaciales.

2. Introducción:

En esta parte del programa se presentará la temática del episodio y se introducirá al invitado que participará en el podcast. Se dará una breve descripción del contenido que se explorará y preparar

3. Transición musical:

Este elemento servirá como transición o paso de la introducción al cuerpo del programa, utilizando la música para marcar el cambio de sección.

4. Cuerpo del programa:

Es la parte principal del episodio, en la que se desarrollará mediante discusiones y preguntas con el entrevistado se podrá extraer perspectivas y conexiones entre el cine, la ciencia ficción y la política. Las cuestiones abordarán principalmente cómo se presentan los temas políticos, cómo pueden representar la realidad y su posible impacto cultural.

5. Final y cierre musical:

Es la conclusión del episodio. Sirve para evaluar la experiencia del entrevistado y recordar al oyente todos los canales de distribución y periodicidad de La Burbuja Sci-Fi. Acto seguido inicia el cierre musical para dar por finalizado el episodio.

3.3. Público objetivo:

El público objetivo para el podcast La Burbuja Sci-Fi es uno muy amplio dividido en dos segmentos. Primeramente uno joven de entre 18 y 35 años con amplio tiempo libre y gusto por los videojuegos y todo el entretenimiento audiovisual en general; y por otro lado uno más adulto de entre 40 y 50 años que ha crecido con las primeras películas de ciencia ficción que marcaron esa generación como Star Wars, Dune o Star Trek, entre otras. Este público se caracterizaría por una atracción por la información política en un tono más distendido y más entretenido gracias a la relación con el cine o televisión.

“En el área del Marketing una de las mayores tendencias de gestión empresarial y que cada día adquiere mayor relevancia es el enfoque en la experiencia del cliente. En tal sentido, las empresas deben centrarse en la investigación de la buyer persona como base del proceso de desarrollo de productos. En el marketing tradicional se define como target al público objetivo a quien se dirigirá la comunicación y que pueden ser nuestros clientes potenciales; sin embargo, esta definición hoy en día se queda muy corta para poder categorizar a los posibles compradores. Por ello, actualmente las estrategias de marketing digital optan por crear perfiles de buyer personas”. (Beltrán Mora, M. N., Parrales Carvajal, V. M., & Ledesma Álvarez, G. D., 2019).⁵

Aficionados al cine y la ciencia ficción:

Edad: Entre 18 y 35 años

Género: Masculino y femenino

Intereses: Cine, ciencia ficción, tecnología, videojuegos, anime...

Plataformas: YouTube, Twitch, Spotify, Apple Podcasts

Ubicación: España, Latinoamérica

⁵ Información extraída de: [“El buyer persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial”](#).

ANDRÉS LÓPEZ
Ingeniero informático, 27

Alejandro es un ingeniero informático que trabaja como desarrollador de software en una empresa de tecnología. Tiene una pasión por la ciencia ficción tanto en el cine como en la literatura, y disfruta explorando las intersecciones entre la ciencia ficción y la política en su tiempo libre.

INTERESES

Ciencia Ficción: Alejandro ha sido un ávido consumidor de ciencia ficción en todas sus formas, ya sea películas, libros, series de televisión o videojuegos.

Tecnología y Programación: Disfruta de resolver problemas complejos y desarrollar nuevas soluciones innovadoras.

Política y Sociedad: Aunque su formación es en informática, Alejandro siempre ha estado interesado en la política y en cómo las decisiones políticas afectan a la sociedad en su conjunto.

MOTIVACIONES

Exploración Intelectual: Le apasiona la exploración de temas complejos como la ética en la inteligencia artificial o el impacto social de la tecnología, y encuentra en el podcast "La Burbuja Sci-Fi" una fuente de inspiración e ideas para sus propias reflexiones.

Inspiración Profesional: Encuentra inspiración en la creatividad y la imaginación de la ciencia ficción, y a menudo incorpora ideas de estas historias en su trabajo.

Conexión Social: Le gusta la idea de formar parte de una comunidad de oyentes del podcast "La Burbuja Sci-Fi" y poder discutir y debatir ideas con personas con mentalidades similares.

INGENIOSO APASIONADO REFLEXIVO

Figura 5: User Persona 1. Elaboración propia.

Personas interesadas en la política:

Edad: Entre 40 y 50 años

Género: Masculino y femenino

Intereses: Política, psicología, economía, filosofía, historia...

Plataformas: Twitter, Facebook, Instagram, YouTube

Ubicación: España, Latinoamérica

INTERESES

Trabajo Social: María es apasionada por su trabajo y se dedica de lleno a ayudar a aquellos que más lo necesitan. Disfruta de trabajar en equipo con otros profesionales para desarrollar e implementar programas y servicios

Psicología y Consejería: Como trabajadora social, María tiene un profundo interés en la psicología y la consejería.

Arte y Cultura: Fuera de su trabajo, María encuentra alegría en el arte y la cultura. Disfruta visitando galerías de arte, asistiendo a conciertos y participando en actividades culturales locales.

MOTIVACIONES

Ayuda y Empoderamiento: La principal motivación de María es ayudar a los demás y empoderar a las personas para que tomen el control de sus vidas.

Justicia Social: María está comprometida con la lucha contra la desigualdad y la discriminación en todas sus formas. Se siente motivada por el deseo de crear un mundo más justo y equitativo.

Crecimiento Personal: María ve cada experiencia como una oportunidad de crecimiento personal y profesional. Está constantemente buscando aprender y mejorar sus habilidades como trabajadora social.

COMPASIVA

RESILIENTE

EMPÁTICA



MARÍA GARCÍA
Trabajadora social, 45

María es una trabajadora social con años de experiencia en el campo. Ha dedicado su carrera a ayudar a las personas y comunidades vulnerables a superar desafíos sociales y a mejorar su calidad de vida.

Figura 6: User Persona 2. Elaboración propia.

Otros públicos potenciales:

Fans de podcasts: Personas que escuchan podcasts con regularidad, independientemente del tema.

Estudiantes: Estudiantes universitarios y de posgrado interesados en el cine, la ciencia ficción y la política.

Profesionales: Profesionales que trabajan en la industria del cine, la televisión o los videojuegos.

3.4. Competencia:

El objetivo de este análisis es identificar y evaluar a los principales competidores de tu podcast "La Burbuja Sci-Fi", para comprender mejor su posicionamiento en el mercado y desarrollar estrategias que permitan diferenciarse y aumentar la audiencia.

“El benchmarking, puede utilizar las prácticas de la empresa victoriosa como instrumentos que determinan parámetros para un mejoramiento continuo de los

procesos, productos y servicios gestionados por una organización”. (Abreu, E. F., Giuliani, A. C., Kassouf Pizzinatto, N., y Alves Correa, D., 2006)⁶.

Metodología:

Para lograr esto, hemos seleccionado una muestra representativa de podcasts que compiten directamente o tangencialmente con nuestro nicho. Estos incluyen programas que se centran en la ciencia ficción, la cultura pop, el cine, la tecnología y otros temas relacionados. La metodología de análisis se centrará en seis podcasts específicos: "El Fantasma en la Máquina", "La Cafetera" y "Cinema Ivis", además de "Territorio Revival". Cada uno de estos podcasts aporta un enfoque único y una base de audiencia específica, proporcionando un contexto valioso para evaluar nuestras propias fortalezas y áreas de oportunidad.

El Fantasma en la Máquina: Podcast de ciencia ficción, tecnología y videojuegos. Su principal canal es YouTube, donde cuentan con cerca de 5.000 suscriptores. Con cerca de 200 episodios, centran su contenido en el análisis de películas, series y actores, haciendo incluso comparativas entre estas categorías. Cuentan con un estudio de grabación y equipo de muy alta calidad. Como contra, podría estar la falta de presencia en canales de audio como Ivoox o Spotify.

⁶ Información extraída de: ["Benchmarking como instrumento dirigido al cliente"](#).

EL FANTASMA EN LA MÁQUINA

El Fantasma en la Máquina
 4,35 K suscriptores · 296 vídeos
 #Podcast de #Cine y #SeriesdeTV ...más
facebook.com/ElFantasmaenlaMaquina y 4 enlaces más

Suscribirse

Inicio Vídeos Shorts Pódcasts Listas Comunidad

Roadhouse | 1989 vs 2024 ¿Cuál es ...
 376 visualizaciones · hace 2 semanas

Llegamos un poco tarde pero aquí teneis por fin el programa del remake de Roadhouse ("De profesión duro" aquí en España) y esperado debut en el cine de Conor McGregor como villano y contrapunto de Jake Gyllenhaal que interpreta el legendario Elwood Dalton (Patrick Swayze en la original)... La peli está rompiendo en US y no deja absolutamente indiferente a nadie... Comparamos todos los aspectos de la versión de 1989 y esta ...
 MÁS INFORMACIÓN

Figura 7: Podcast “El Fantasma en la máquina”. Captura de pantalla de Youtube.

La Cafetera: Podcast de actualidad y debate político con un enfoque en España y Latinoamérica. Con casi 20.000 suscriptores y capítulos de 1 hora y media, La Cafetera centra su contenido especialmente en la política. Su financiación es a través del pay per view y de donaciones de mecenas por Patreon. Como contra, también le encuentro la falta de presencia en canales exclusivamente de audio.

fberlin
 @radiocable · 19,9 K suscriptores · 2,7 K vídeos
 La Cafetera de Radiocable.com es un podcast de actualidad y entretenimiento que te cuen...más
radiocable.com

Suscribirse

Inicio Vídeos Shorts En directo Pódcasts Listas Comunidad

Con 8 euros al mes defiendes otro periodi...
 590 visualizaciones · hace 1 mes

MENSAJE DIRIGIDO A QUIENES BUSCAN UN MEDIO DISTINTO

Construir un proyecto siempre es difícil. Te pedimos ayuda para construir un medio en el que te sientas identificado. Son 8 euros mensuales, pero gracias a eso noticias sobre DDHH, ecología, inmigración, salud, defensa de lo público, cultura de la paz...se hacen su hueco en los medios.

Apóyalo <http://www.radiocable.com/mecenas...>
 MÁS INFORMACIÓN

Figura 8: Podcast “La Cafetera”. Captura de pantalla de Youtube.

Cinema Ivis: Podcast de reseñas de películas, análisis de series, debates sobre ciencia ficción y política, y otros contenidos relacionados con el mundo del entretenimiento. Tienen presencia en Youtube (cerca de 10.000 suscriptores), Facebook o Instagram pero tampoco están en Spotify o Ivoox. Centran su contenido en vídeos bimensuales o mensuales sobre recientes estrenos a modo de crítica o comparación con otras películas.

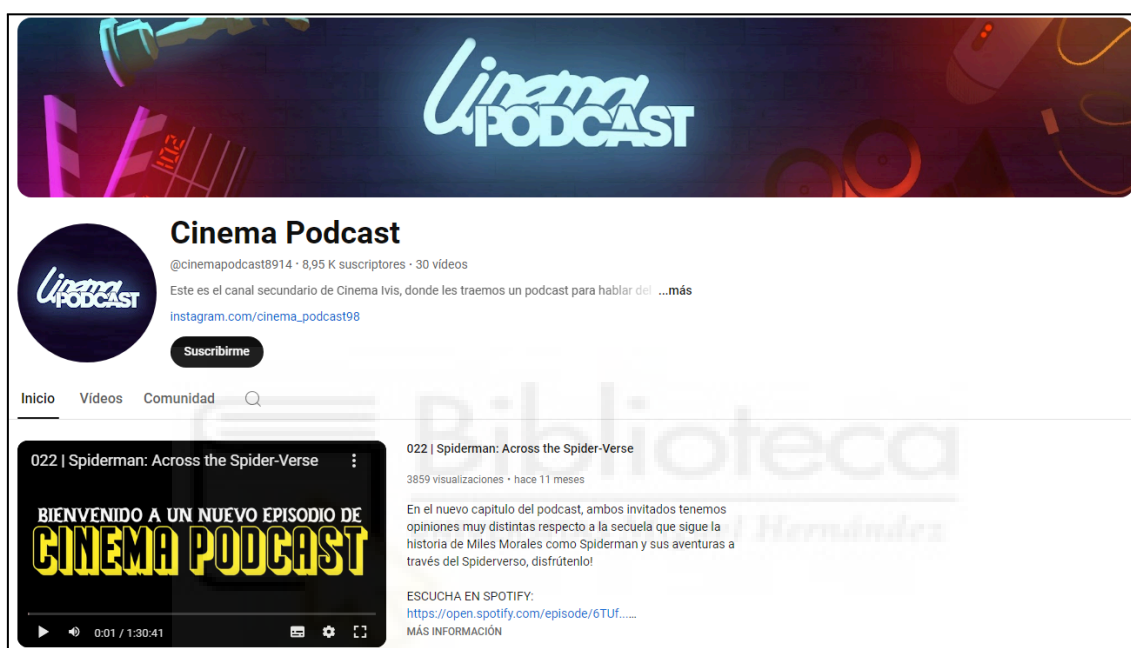


Figura 9: Canal de “Cinema Podcast”. Captura de pantalla de Youtube.

Territorio Revival: Podcast en formato video sobre películas, series, videojuegos, juguetes y otros temas que evocan nostalgia. Esta sería la principal competencia y más famosa. Entre todas sus redes sociales suman más de 2 millones de seguidores en 3 temporadas de programa. Centran su contenido en invitar a influencers o figuras relevantes de lo audiovisual y analizar una serie, una película, un personaje desde un tono humorístico.

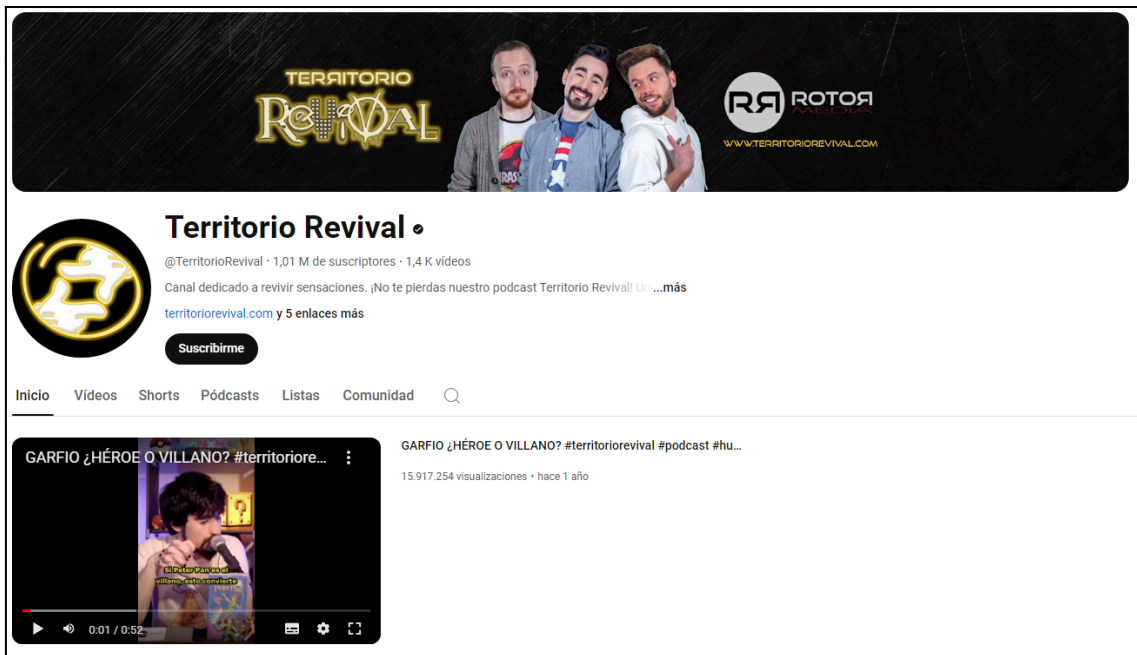


Figura 10: Podcast de “Territorio Revival”. Captura de pantalla de Youtube.

3.5. Planificación y análisis DAFO:

“El análisis DAFO es un método analítico que surgió en el ámbito empresarial en la década de los 60, extendiéndose rápidamente a otras áreas (Hill & Westbrook, 1997). Desde una aproximación tradicional, este método pretende analizar y exponer los principales factores que comprenden un producto, servicio u organización, con el fin de formular estrategias de acción que conduzcan hacia su mejora (Chang & Huang, 2006; Lee & Lin, 2008). Por tanto, este método es una herramienta propia del pensamiento estratégico, válida para el diagnóstico y la planificación, no solo como un instrumento descriptivo”. (recogido en Aliaga, F. M., Gutiérrez-Braojos, C., & Fernández-Cano, A., 2018)⁷. <https://revistas.um.es/rie/article/view/312461>

Fortalezas:

- Enfoque especializado en ciencia ficción, cine y política: "La Burbuja Sci-Fi" se diferencia de otros podcasts al ofrecer un análisis profundo y

⁷ Definición extraída de: "[Las revistas de investigación en educación: Análisis DAFO](https://revistas.um.es/rie/article/view/312461)". Que a su vez lo ha recopilado de [Hill y Westbrook \(1997\)](#) y [Chang & Huang \(2006\)](#) y [Lee & Lin \(2008\)](#).

especializado en estos temas, lo que atrae a una audiencia específica interesada en estas áreas.

- Análisis en profundidad de películas y series: Ofrecer estudio y crítica de películas y series relevantes para el género de ciencia ficción. Dando un valor a los oyentes que buscan análisis de expertos y profesionales más allá de una crítica en línea.
- Discusión de las implicaciones políticas de la ciencia ficción: Explorar las conexiones entre la ciencia ficción y la realidad política, generando un contenido atractivo para los interesados de la intersección de estos campos.
- Potencial para crear contenido original: El podcast tiene la capacidad de crear contenido único y creativo, al contar con expertos y analizar contenidos inéditos respecto a la competencia.

Debilidades:

- Audiencia pequeña: En comparación con algunos podcasts competidores, "La Burbuja Sci-Fi" tendría una audiencia más reducida.
- Menor frecuencia de publicación de nuevos episodios: La frecuencia de publicación de nuevos episodios es baja debido a que el equipo sería de 1 persona únicamente. Esto puede afectar la retención de la audiencia y el crecimiento del podcast.
- Presencia limitada en redes sociales: La presencia del podcast en redes sociales no está lo suficientemente desarrollada, en cuanto a alcance se refiere. Esto dificulta la promoción del contenido y la conexión con nuevos oyentes.
- Estrategia de marketing menos desarrollada: La falta de una estrategia de marketing profesional y con capital dificulta llegar a nuevos públicos.

Oportunidades:

- Crecimiento del mercado de podcasts: El mercado de podcasts está en constante expansión, lo que presenta una oportunidad para que "La Burbuja Sci-Fi" aumente su audiencia y alcance.
- Mayor demanda de contenido especializado: La demanda de contenido especializado en ciencia ficción, cine y política está creciendo.
- Aprovechamiento de plataformas de podcasting: La proliferación de plataformas de podcasting como Spotify, o Ivoox ofrece nuevas oportunidades para distribuir el contenido y llegar a una audiencia más amplia.
- Colaboraciones con otros podcasts o influencers: La colaboración con otros podcasts o influencers del nicho puede ayudar a aumentar la visibilidad.
- Creación de contenido interactivo: Concursos, encuestas o preguntas y respuestas en vivo, puede aumentar el engagement de la audiencia y fortalecer la comunidad del podcast.

Amenazas:

- Competencia intensa: El mercado de podcasts es altamente competitivo, y nuevos podcasts surgen constantemente, siendo así difícil buscar una posición en el mercado.
- Cambios en las preferencias de la audiencia: Las preferencias de la audiencia en cuanto a contenido de podcasts pueden cambiar con el tiempo, pidiendo una constante evolución.
- Dificultades para monetizar el podcast: La monetización del podcast puede ser un desafío, lo que puede limitar el crecimiento y la sostenibilidad del proyecto.
- Dependencia de plataformas de podcasting: La dependencia de plataformas de podcasting para la distribución del contenido puede hacer que "La Burbuja Sci-Fi" esté sujeta a cambios en las políticas o algoritmos de estas plataformas.



Figura 11: Matriz DAFO. Elaboración propia.

3.6. Misión, visión y valores:

Misión:

La misión de La Burbuja Sci-Fi es poder crear un espacio de diálogo y enriquecimiento mediante expertos en la materia. Especialmente sobre temas relevantes de la política y ciencia ficción más relevantes.

Visión:

La visión es poder ser un podcast líder en español en el género de la política o cine. Dando así a nuestro público la capacidad de reflexionar sobre aspectos cotidianos y fundamentales que vemos en el cine y que forjan nuestro individuo.

Valores:

- Rigor: Aportar información precisa y basada en evidencia, respaldada por investigaciones académicas y análisis de expertos.
- Creatividad: Desarrollar la capacidad de imaginación y exploración de ideas, desafiando las perspectivas convencionales y abriendo conversaciones de debate para el futuro.
- Inclusión: Diversidad de voces y perspectivas, creando un espacio donde todos se sientan bienvenidos y respetados a la hora de compartir sus ideas.
- Accesibilidad: Contenido accesible para una amplia audiencia, utilizando un lenguaje claro y conciso, y ofreciendo diversos canales de distribución de audio.
- Transparencia: Ser transparente en los procesos editoriales y financieros, acorde con la ética periodística y la responsabilidad social.

3.7. Difusión en redes sociales:

Para la difusión de La Burbuja Sci-Fi en redes sociales se ha optado por una gran presencia. Primeramente, los capítulos se compartirán en plataformas dedicadas exclusivamente al audio como Ivoox y Spotify ya que son las dos más recurrentes entre el género:

“La filosofía de iVoox es la simplicidad. El objetivo es que los usuarios puedan subir audios o encontrar contenidos interesantes de una manera sencilla. Además, el acceso a los audios es individual, sin necesidad de suscribirte a podcasts o a programas de radio completos, ni utilizar un programa que pueda leer los RSS. El oyente elige la temática y a partir de ahí encuentra contenidos de fuentes muy diversas. La navegación por la página principal ya permite acceder a los audios de forma ordenada y en función de varios parámetros: los últimos publicados, los más escuchados, los más populares”. (Sellas, 2012)⁸.

Por otro lado, Spotify es una buena elección ya que cuenta con mejores estándares para la distribución (Sullivan, 2019)⁹:

⁸ Información extraída de: [“Repositorios sonoros y recomendación de contenidos. El caso Ivoox”](#).

⁹ Información extraída de: [“The Platforms of Podcasting: Past and Present.”](#)

“El objetivo de Spotify probablemente sea capitalizar los altos valores de producción y las audiencias de los podcasts de Gimlet al traer a sus oyentes a la plataforma de Spotify y alejarlos de otras plataformas de descubrimiento como Apple Podcasts y Google Podcasts. A medida que el podcasting se vuelve menos dependiente del estándar abierto de RSS para la distribución, los directorios de podcasts y las plataformas de streaming están apuntando a cambiar la distribución lejos de infraestructuras abiertas y hacia sus propios servicios para maximizar las funciones de "el ganador se lleva todo" de las plataformas. En otras palabras, una vez que RSS ya no sea necesario para distribuir podcasts, la amenaza del encierro de la plataforma sólo aumentará”.

También se utilizará Instagram, Tik Tok y YouTube para el formato de Reels, vídeos cortos y Shorts respectivamente. Estos consistirán en recortes del episodio para atraer a un público mayor gracias a la viralidad de este formato y redes sociales.

“Desde la popularización de los smartphones, la sociedad ha visto un cambio significativo en la manera de consumir contenido audiovisual. El formato de vídeo vertical surgió en la década de 2010, con la grabación de vídeo de los teléfonos inteligentes y su capacidad de grabar en vertical, desde ese momento lo han incorporado en sus aplicaciones, como una forma de mejorar la experiencia de visualización de los usuarios en dispositivos móviles”¹⁰.

La aparición de TikTok, cambió radicalmente la manera de crear videos en los dispositivos móviles, pero, sobre todo, la manera de consumirlos. Tras el fenómeno de la plataforma, Youtube e Instagram replicaron el formato, añadiendo la opción de publicar vídeos verticales de corta duración en sus plataformas, adquiriendo el nombre de Shorts y Reels.” (Miralles, 2023).

De esta manera, el calendario de publicaciones para la redes sociales quedaría de la siguiente manera: cada dos días se publicarán vídeos breves de no más de 1 minuto en todos los formatos verticales ya mencionados. También, los domingos se grabará y publicará al acabar el podcast para que el público lo pueda consumir bajo demanda al instante.

¹⁰ Información extraída de: [“Tiktok y formato vertical, un cambio de paradigma en la comunicación”](#).



Figura 12: Calendario de publicaciones en redes sociales. Elaboración propia.

3.8. Monetización:

Estrategias de monetización directa:

Patrocinios: Se trataría de buscar marcas o empresas relacionadas con el nicho y que puedan interesar al público. De esta manera, se conseguirían sponsors que pudieran aportar productos o capital al podcast a cambio de menciones en el capítulo y redes sociales.

Membresías: Mediante el sistema de membresías, se ofrecería un contenido exclusivo a los socios o suscriptores como poder realizar preguntas al entrevistado, decidir la temática del siguiente capítulo, acceso anticipado, etc.

Merchandising: Para aquellos que quieran apoyar y publicitar de alguna manera el proyecto, se venderá merchandising a prácticamente coste de producción. Este abarca una sencilla gama de camisetas, sudaderas, tazas o bolsas de tela.



Figura 13: Merchandising de La Burbuja Sci-Fi. Elaboración propia.



Figura 14: Merchandising de La Burbuja Sci-Fi. Elaboración propia.

Donaciones: Aunque esta sería la última opción, siempre serán bienvenidas las donaciones que apoyen el contenido y el proyecto de La Burbuja Sci-Fi. Mediante plataformas como Patreon o PayPal podrán ser recibidas. Se intentará recompensar al donante con el acceso a la membresía o envío de merchandising si lo quisiera.

El pago por escucha: Es lo más parecido a la publicidad tradicional. En todas las plataformas elegidas para la distribución del podcast se permite monetizar las visitas o escuchas. Aunque se necesitan cierta cantidad de seguidores o suscriptores, es una buena forma de financiación a largo plazo cuando se tenga una comunidad asentada.

Estrategias de monetización indirecta:

Marketing de afiliados: Para aquellos que realizan compras en Amazon y otras páginas, se dispondrá de un enlace de referido con la que se recibiría una comisión de venta.

Ofertas de trabajo o consultoría: En el caso de que La Burbuja Sci-Fi sea un podcast de éxito, podría establecerse como un podcast de referencia y poder ofrecer servicios a empresas o individuos que quieran iniciarse o crecer en el nicho de los podcasts.

3.9 Gastos:

Micrófono: La calidad del micrófono es fundamental para la calidad del sonido del podcast. El elegido para la grabación es el Logitech G Yeti GX, que es uno de los más usados para la creación de contenido gracias a su pequeño tamaño y gran calidad de audio.

Auriculares: Unos auriculares permitirán escucharme a mí mismo y a tus invitados con claridad durante la grabación.

Mesa de mezclas: Una buena mesa de mezclas permite ajustar más fácilmente los niveles de audio para aumentar la calidad de grabación.

Software de grabación y edición: Existen diversas opciones de software de grabación y edición de audio disponibles, tanto gratuitas como de pago. Pero el elegido será Audacity gracias a su modelo gratuito.

Ordenador: Aunque debería ser un gasto obligatorio para la realización del podcast, ya se cuenta con uno y el gasto será 0€. Con 16 gigas de RAM y 1 TB de almacenamiento para poder trabajar con fluidez y espacio para guardar los episodios.

Soporte para micrófono: Un soporte para micrófono ayudará a mantener el micrófono en una posición estable durante la grabación.

Filtro antipop: Un filtro antipop ayuda a reducir el ruido no deseado causado por las explosiones de aire al hablar.

3.10. La Burbuja Sci-Fi en el futuro:

Crecimiento de la audiencia:

El objetivo a medio-largo plazo de La Burbuja Sci-Fi es primeramente aumentar el número de visitas por episodio, para crear un efecto bola de nieve a la vez que se asienta público fiel.

Otro objetivo dentro de hacer crecer la audiencia es expandirse a nuevas plataformas como Twitch o YouTube para tener mayor presencia en redes sociales, permitiendo así llegar a una audiencia más amplia.

Por último, también se pretende crear un mayor engagement con la audiencia de La Burbuja Sci-Fi, ganando cada vez más feedback de los oyentes mediante comentarios, encuestas o episodios en directo.

Mejora de la producción:

Para mejorar la producción, primeramente, se adquirirá un mejor equipo de grabación y edición de audio para maximizar la experiencia auditiva del oyente.

Incorporar recursos nuevos como músicas y efectos de sonidos de mejor calidad durante la postproducción es otro de mis objetivos, encontrando así un estilo marcado y definido que permita marcar la diferencia con la competencia.

Con el aumento de la visibilidad y crecimiento del podcast, se pretende traer cada vez a invitados más expertos y relevantes dentro del mundo del cine y la política.

Monetización y sostenibilidad:

Este es el objetivo más difícil de todos, pues el mundo del podcast es uno voraz y lleno de competencia. Aun así, el crecimiento de marcas y patrocinadores del podcast podría ser una buena opción para generar mayores ingresos.

También a través de las membresías, establecer cada vez más una mejor dinámica de las mismas, ofreciendo el máximo beneficio al suscriptor.

A continuación, una estrategia directa de monetización sería una mayor venta del merchandising de La Burbuja Sci-Fi con el aumento de visibilidad.

Por último, aumentar el marketing de afiliados con la promoción de productos y servicios a través de una comisión por su venta es una opción a explotar.

Reconocimiento e impacto:

En cuanto al reconocimiento y el impacto, lo fundamental es gustar entre tu público objetivo. El hecho de recibir reseñas y valoraciones positivas, así como generar un impacto en la comunidad es la principal misión de La Burbuja Sci-Fi. Llegando así a una mayor audiencia, ganando reconocimientos o premios y siendo una figura influyente en el nicho de los podcasts sobre cine y televisión y/o política.

4. Conclusiones:

El desarrollo de "La Burbuja Sci-Fi" como proyecto de comunicación periodística tiene el potencial de explorar las posibilidades y el impacto del podcasting como medio de difusión y análisis de la intersección entre cine, ciencia ficción y política. A lo largo del proyecto, se espera avanzar en varias áreas clave que destacan tanto los logros alcanzables como las oportunidades y desafíos futuros.

Evaluación de objetivos

1. Influencia del cine en la población:

El podcast tiene la capacidad de utilizar el cine como un vehículo eficaz para abordar y discutir temas sociales y políticos. A través de los testimonios de expertos y el análisis crítico de contenidos audiovisuales, se pretende ilustrar cómo las narrativas cinematográficas reflejan y afectan la realidad social y política. Este enfoque no solo enriquece el contenido del podcast sino que también ofrece a los oyentes una perspectiva informada y reflexiva sobre el cine y su impacto.

2. Creación de un Proyecto de Comunicación desde Cero:

La realización de "La Burbuja Sci-Fi" desde su conceptualización hasta su ejecución representa un ejercicio valioso en el ámbito del periodismo y la comunicación. Este proyecto involucra el desarrollo de habilidades técnicas en la producción y edición de audio, así como la gestión de entrevistas y la creación de contenido atractivo. Además, permite la puesta en práctica de estrategias de branding y marketing digital, fundamentales para el crecimiento y la sostenibilidad del podcast.

3. Establecimiento de un Plan de Comunicación:

El podcast implementa un plan de comunicación estratégico que incluye la difusión en redes sociales, el diseño de un logotipo y la creación de una identidad de marca sólida. Estos elementos son cruciales para aumentar la visibilidad del podcast y atraer a una audiencia diversa. La planificación cuidadosa de la publicación de episodios y el uso de plataformas digitales facilita el acceso del público a los contenidos de "La Burbuja Sci-Fi".

De esta manera, "La Burbuja Sci-Fi" tiene el potencial de establecer una base sólida como un espacio de diálogo y análisis en el ámbito del cine y la política. A medida que el podcast evoluciona, es crucial mantener el rigor y la creatividad que caracterizan su contenido. La capacidad de adaptarse a las cambiantes dinámicas del mercado de podcasts y de aprovechar nuevas oportunidades es fundamental para el éxito a largo plazo del proyecto. En definitiva, "La Burbuja Sci-Fi" tiene el potencial de convertirse en un referente dentro de su nicho, ofreciendo a sus oyentes una experiencia informativa, entretenida y enriquecedora.

5. Bibliografía:

Aliaga, F. M., Gutiérrez-Braojos, C., & Fernández-Cano, A. (2018). Las revistas de investigación en educación: Análisis DAFO. *Revista de Investigación Educativa*, 36(2), 563–579. <https://doi.org/10.6018/rie.36.2.312461>

Aliaga, F. M., Gutiérrez-Braojos, C., & Fernández-Cano, A. (2018). Las revistas de investigación en educación: Análisis DAFO. *Revista de Investigación Educativa*, 36(2), 563–579. <https://doi.org/10.6018/rie.36.2.312461>

Chang, H.-H., & Huang, W.-C. (2006). Application of a quantification SWOT analytical method. *Mathematical and Computer Modelling*, 43(1–2), 158–169.
<https://doi.org/10.1016/j.mcm.2005.08.016>

Guillermo Sánchez. “*Etalonaje digital: Tendencias de uso en base al género cinematográfico y desarrollo de casos prácticos de corrección de color*”. Upv.es. Recuperado 25 de mayo de 2024, de
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/176034/Sanchez%20-%20Etalonaje%20digital%20Tendencias%20de%20uso%20en%20base%20al%20genero%20cinematografico%20y%20desarrollo%20de%20c....pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT analysis: It's time for a product recall. *Long Range Planning*, 30(1), 46–52.
[https://doi.org/10.1016/s0024-6301\(96\)00095-7](https://doi.org/10.1016/s0024-6301(96)00095-7)

La industria del podcast en España - Datos estadísticos. (s. f.). Statista. Recuperado 25 de mayo de 2024, de
<https://es.statista.com/temas/10957/la-industria-del-podcast-en-espana/>

Miralles Escalante, Á. (2023). *Periodismo*. Universidad Miguel Hernández de Elche.
http://dspace.umh.es/bitstream/11000/30073/1/PER_TFG%20Periodismo%2c%20Miralles%20Escalante%20%C3%81ngel.pdf

Mora, M. N. B., Carvajal, V. M. P., & Álvarez, G. D. L. (2020). El Buyer Persona como factor clave entre las tendencias en Gestión Empresarial. En *Análisis del comportamiento de las líneas de crédito a través de la corporación financiera nacional y su aporte al desarrollo de las PYMES en Guayaquil 2011-2015* (Vol. 3, Número 3 ESP, pp. 659-681). Saberes de Conocimiento.
[https://doi.org/10.26820/recimundo/3.\(3.esp\).noviembre.2019.659-681](https://doi.org/10.26820/recimundo/3.(3.esp).noviembre.2019.659-681)

Santos, I. T. (2009). *Podcast: Manual de podcaster*. Marcombo.
https://books.google.es/books/about/Podcast.html?hl=es&id=g-7R7__Dmq4C&redir_esc=y

Sellas, T. (2012). Repositorios sonoros y recomendación de contenidos. El caso iVoox. *El profesional de la información*, 21(2), 206-209.
<https://doi.org/10.3145/epi.2012.mar.13>

Statista. (2023). Número de oyentes de pódcast en España de 2014 a 2025. Statista.
<https://es.statista.com/estadisticas/1385689/numero-de-oyentes-de-podcast-en-espana/>

Sullivan, J. L. (2019). The platforms of podcasting: Past and present. *Social Media + Society*, 5(4), 205630511988000. <https://doi.org/10.1177/2056305119880002>

6. Anexos:

6.1. Guion literario y técnico:

| |
|--|
| GUION “LA BURBUJA SCI-FI” |
| REPRODUCIR MÚSICA DE INICIO |
| ABRIR MICRÓFONO DE ALONSO |
| <p>Alonso: Muy buenas tardes a todos, bienvenidos a "La Burbuja Sci-Fi", un podcast donde exploramos las intersecciones entre política y cine. Hoy contamos con un invitado muy especial, Planeta Salla, un divulgador de cine en redes sociales con más de 250,000 seguidores en TikTok. ¡Comenzamos el programa!</p> |
| REPRODUCIR “MÚSICA TRANSICIÓN 1” |
| <p>Alonso: Muy buenas tardes, Salla. Gracias por unirse a nosotros hoy para discutir la política en el universo de Star Wars. ¿Podrías presentarte y hablar un poco sobre tu experiencia y contenido en TikTok?</p> <p>Planeta Salla: Claro, Alonso. Soy Planeta Salla y me dedico a divulgar sobre cine y series en TikTok. Tengo una extensa colección y realizo videos sobre sagas, críticas de los últimos estrenos y temas polémicos a petición de mis seguidores.</p> <p>Alonso: Star Wars es más que una serie de películas; es un fenómeno cultural. ¿Cómo crees que ha influido Star Wars en la cultura popular y en</p> |

otras franquicias de ciencia ficción?

Planeta Salla: Star Wars ha sido inmensamente influyente en la cultura popular. Ha establecido muchos de los tropos que vemos en la ciencia ficción y en la fantasía modernas. Por ejemplo, la idea del "elegido" o del viaje del héroe se ha visto reflejada en muchas otras historias. Además, ha influido en la tecnología del cine, con avances en efectos especiales y sonido.

También ha creado una comunidad global de fans que va más allá de las películas, con series, libros, cómics y videojuegos. En términos de otras franquicias, muchas han tomado elementos de Star Wars para construir sus propios universos. Incluso cosas como el merchandising y la forma en que se promueven las películas hoy en día tienen una gran deuda con Star Wars.

Alonso: Fantástico. En el capítulo de hoy nos centraremos en Star Wars si te parece bien... ¿Cuál crees que es un aspecto fascinante dentro de la política de la saga y cómo lo relacionarías con el mundo real? ¿Qué te llama más la atención del Imperio, la República o la Primera Orden?

Planeta Salla: Nunca reparé mucho en la política de Star Wars hasta las precuelas, especialmente con la Reina Amidala y su referencia a las legislaturas, lo cual me recuerda al gobierno de Estados Unidos. Me cuestiono si George Lucas estaba ensalzando la historia de Estados Unidos. Es interesante cómo el miedo puede descomponer las instituciones, cediendo poderes al Canciller, algo que también vemos en la realidad con figuras históricas como Hitler y el Emperador. Incluso, es muy interesante la figura de Luke Skywalker como villano, y no cómo héroe que es lo habitual.

Alonso: Eso es realmente fascinante. Mencionaste que tenías una perspectiva única sobre Luke Skywalker. ¿Podrías elaborarla para nuestros oyentes?

Planeta Salla: Claro. Veo a Luke como un genocida en cierto sentido. Aunque salvó a la República, lo hizo a costa de un sistema político elegido

democráticamente. Podría considerarse que dio un golpe de estado, imponiendo la República por la fuerza.

Alonso: La filosofía de los Jedi es un aspecto fascinante de Star Wars. ¿Cómo ves tú la interpretación de la Fuerza y el código Jedi en las diferentes trilogías?

Planeta Salla: La interpretación de la Fuerza y el código Jedi ha evolucionado mucho a lo largo de las trilogías. En la trilogía original, la Fuerza es presentada de una manera casi mística, una energía que fluye a través de todos los seres vivos y que los Jedi pueden canalizar. El código Jedi, aunque no muy detallado, se enfoca en la paz, la serenidad y el autocontrol. En las precuelas, vemos una orden Jedi más estructurada y burocrática, lo que a muchos fans, incluidos yo, nos hizo cuestionar su efectividad y sus dogmas. Los Jedi se muestran a veces demasiado rígidos y desconectados de la realidad, lo que contribuye a la caída de Anakin. En las secuelas, la interpretación de la Fuerza se vuelve un poco más inclusiva y diversa, con personajes como Rey que la descubren de manera diferente. Creo que esto refleja un cambio en cómo vemos la espiritualidad y el poder en la cultura moderna.

Alonso: Volviendo al tema de la política, ¿crees que hay alguna lección que podamos aprender de la política en Star Wars y aplicarla al mundo real?

Planeta Salla: Absolutamente. Una de las grandes lecciones de Star Wars es cómo el miedo y la manipulación pueden llevar a la pérdida de libertades. Vemos esto en cómo Palpatine manipula a la República para convertirse en el Emperador. Utiliza el miedo a una amenaza externa para consolidar su poder y eliminar la oposición. Esto es algo que hemos visto en la historia real también, con líderes que utilizan crisis para justificar medidas autoritarias. Otra lección es la importancia de la resistencia y de luchar por lo que es correcto, incluso cuando parece imposible. Los Rebeldes en Star Wars son un gran ejemplo de esto. Luchan contra un imperio mucho más grande y

poderoso porque creen en la libertad y la justicia.

Alonso: Eso es un punto de vista bastante controversial. Otro tema polémico es la introducción de personajes femeninos y de color en las secuelas, así como en una creciente vertiente en el cine actual, denominándolo con el término "woke". ¿Cuál es tu opinión al respecto?

Planeta Salla: Creo que la gente confunde el término "woke" con la posmodernidad. El problema de Rey no es que sea un personaje "woke", sino su falta de desarrollo. Personajes femeninos y de color siempre han existido en Star Wars y otros medios, y no deberían ser un problema.

Alonso: Muy cierto. Pasando a otra pregunta, ¿cómo ves la subjetividad y la biopolítica en Star Wars? ¿Crees que hay una analogía con la sociedad actual? Entendiendo la biopolítica como la administración y regulación de la vida humana y las poblaciones por parte del poder político, controlando aspectos como la salud, la reproducción y la seguridad. Examinando así cómo el poder influye en la vida cotidiana

Planeta Salla: Definitivamente. Hay muchas personas que, en la vida real, apoyarían cualquier régimen siempre y cuando ellos mismos estén bien. Esto es algo que se ve claramente en Star Wars con personajes que solo buscan su propio beneficio.

Alonso: Interesante. Finalmente, ¿qué opinas sobre la relación entre el cine y la ideología?

Planeta Salla: El cine siempre ha tenido ideología. El problema actual es que la gente asocia erróneamente ciertos elementos con propaganda. Tenemos que mantener una mente abierta y recordar que el cine ha reflejado diversas ideologías a lo largo de su historia.

Alonso: Hemos cubierto muchos aspectos fascinantes de Star Wars hoy.

Para concluir, me gustaría saber tus pensamientos finales sobre el legado de Star Wars y su impacto duradero en la cultura y en ti personalmente.

Planeta Salla: Claro, Alonso. Star Wars no es solo una serie de películas; es un fenómeno cultural que ha dejado una huella imborrable en la vida de millones de personas en todo el mundo, incluyéndome a mí. Su impacto va más allá del entretenimiento: ha inspirado generaciones de cineastas, artistas, escritores y soñadores. Desde sus innovaciones tecnológicas en efectos especiales hasta sus poderosas narrativas sobre la lucha entre el bien y el mal, Star Wars ha cambiado la manera en que se hacen y se perciben las películas de ciencia ficción y fantasía.

En lo personal, Star Wars me ha enseñado valiosas lecciones sobre la esperanza, la perseverancia y la importancia de luchar por lo que es correcto, incluso cuando las probabilidades están en tu contra. La saga nos muestra que todos tenemos una fuerza interior y que nuestras elecciones, no nuestro destino, definen quiénes somos. Además, la comunidad de fans de Star Wars es una de las más apasionadas y creativas, y ser parte de ella ha sido una experiencia increíblemente enriquecedora.

El legado de Star Wars seguirá vivo mientras haya gente que crea en su mensaje y se sienta inspirada por sus historias. Con nuevas generaciones descubriendo este universo y contribuyendo con sus propias perspectivas y creaciones, estoy seguro de que Star Wars continuará siendo una fuente de inspiración y magia por muchos años más. ¡Que la Fuerza nos acompañe a todos!

Alonso: Muchas gracias, Planeta Salla. Ha sido un placer tenerte aquí y compartir esta apasionante conversación sobre Star Wars.

Planeta Salla: Gracias a ti, Alonso. Ha sido un honor. ¡Que la Fuerza esté contigo!

REPRODUCIR MÚSICA DE CIERRE

Alonso: Y así finalizamos este gran programa con el genio de Planeta Salla. Agradeceremos la escucha de este podcast si habéis llegado a este punto, espero que os haya gustado y ayudarte a resolver tus dudas si te ha quedado alguna. Puedes contactarnos mediante Instagram, YouTube o Tiktok a La Burbuja Sci-Fi, para poder leerlo y contestarte cuando antes. Volveremos dentro de dos semanas, domingo, con un nuevo episodio que podréis elegir la temática en el resto de redes sociales, un saludo.

SUBIR VOLUMEN Y DEJAR HASTA EL FINAL LA MÚSICA

6.2. Fuentes del podcast:

Planeta Salla:

Planeta Salla es un creador de contenido en plataformas como YouTube y TikTok, conocido por su pasión por el cine y su vasta colección de artículos relacionados con películas. En sus canales, Planeta Salla comparte reseñas, comentarios y curiosidades sobre películas, además de mostrar su colección personal de objetos de cine y frikadas.

En TikTok, tiene más de 259.000 seguidores y sus videos han acumulado 7,7 millones de "me gusta". Sus publicaciones suelen abordar temas relacionados con películas populares y clásicos, ofreciendo opiniones y datos interesantes para los aficionados al cine.

planeta.salla
Planeta Salla

Seguir

58 Siguiendo 259.3K Seguidores 7.7M Me gusta

Cinéfilo, friki, coleccionista y buena persona.
Pregunta en comentarios
[youtube.com/@PlanetaSalla...](https://www.youtube.com/@PlanetaSalla...)

Videos Me gusta

| Video Title | Views | Caption |
|---|--------|-------------------------|
| ¡Hola! Me acabas de salir para ti, de q va tu contenido? | 141K | Responder a |
| Cosas que no me gustan de Tik Tok He quitado lo de preguntas y respuestas | 115.7K | #Pregunta de |
| ¡¡He recibido un regalo del Viejo Freak!! | 5890 | @Viejo Freak muchísimas |
| ¿Dejar películas? ¿Estamos locos? ¡Nasti de plasti! | 3470 | Respuesta a @vangelis94 |
| Me encanta esta web de camisetas | 9738 | Me encantan estas |

Figura 15: Planeta Salla en Tiktok. Captura de pantalla.



6.3. Índice de figuras:

| | |
|---|-----------|
| Figura 1: Evolución y previsión del podcast en España hasta 2028..... | 4 |
| Figura 2: Logotipo de La Burbuja Sci-Fi..... | 7 |
| Figura 3: Logotipo de La Burbuja Sci-Fi en blanco y negro..... | 8 |
| Figura 4: Logotipo de La Burbuja Sci-Fi en negativo..... | 8 |
| Figura 5: User Persona 1..... | 11 |
| Figura 6: User Persona 2..... | 12 |
| Figura 7: Podcast “El Fantasma en la máquina”..... | 14 |
| Figura 8: Podcast “La Cafetera”..... | 15 |
| Figura 9: Canal de “Cinema Podcast”..... | 15 |
| Figura 10: Podcast de “Territorio Revival”..... | 16 |
| Figura 11: Matriz DAFO..... | 19 |
| Figura 12: Calendario de publicaciones en redes sociales..... | 22 |
| Figura 13: Merchandising de La Burbuja Sci-Fi. Elaboración propia..... | 23 |
| Figura 14: Merchandising de La Burbuja Sci-Fi..... | 23 |
| Figura 15: Planeta Salla en Tiktok..... | 35 |

