

# INSIDE

## Podcast Universitario

Autor: Alberto Antuan Barquet Guillén

**Manual de Marca 2014**

**MECANISMOS PARA LA SELECCIÓN DE EXPOSITORES DEL CIRCUITO DE PODCAST DE LA  
UNIVERSIDAD CASA GRANDE: DETALLES A CONSIDERAR PRÓXIMA EJECUCIÓN'**

## Créditos

Guía de Proyecto de Tesis  
Asesor Proyecto de Tesis  
Producción Ejecutiva

Andrea Balda  
Andrés Sosa  
Jaime Jaramillo

### Expositores

Multinacionales y su Impacto Ambiental  
Hackers  
Terrorismo

Ignacio Garay  
Iván Campaña  
Estefanía Luzuriaga

### Pre producción, Producción y Post producción

Cámaras

Mariuxi Saavedra  
Rafael Remache  
Carlos Espinoza

Animaciones  
Arreglo de Color

Mariuxi Saavedra  
Carlos Espinoza



2

## Créditos

Audio  
Escenografía  
Diseño Gráfico

Investigación y Redacción de Guiones  
Literarios

Multinationales y su Impacto Ambiental  
Terrorismo  
Hackers

Francisco Illingworth  
Mariuxi Saavedra  
Luz Rodríguez Dager

Antuán Barquet  
Irene Vélez  
Ma. Isabel Vásquez



## Agradecimientos

A Antuco y Moya, por todo y tanto.

## Índice

1. Antecedentes	5
2. Descripción general del proyecto	8
2.1. Objetivos	9
2.2. Límites y alcances	10
2.3. Actores	13
2.4. Distintas aristas del proyecto	14
3. Objetivos específicos del manual	17
4. Acciones a realizarse y breve descripción	19
5. Desarrollo del paso a paso de las acciones	21
6. Bibliografía	36
7. Anexos	38

1

Antecedentes

## 6 1. Antecedentes

El efecto de las nuevas tecnologías y su impacto de comportamiento generacional influyen directamente en el ámbito educativo, el que ha tenido que evolucionar y replantearse el proceso y la estrategia de la enseñanza-aprendizaje.

Las Webs 2.0 permiten una experiencia de interacción real, con la oferta de poder crear o ser parte de plataformas colaborativas de información; de esta manera, el usuario es el principal protagonista.

### Producción de podcasts universitarios a nivel local

El levantamiento de datos mostró que las universidades a nivel nacional que actualmente están

haciendo uso de la plataforma Itunes, son: la Universidad San Francisco de Quito, Universidad de Especialidades Espíritu Santo, la Universidad Técnica Particular de Loja y la Universidad Casa Grande.

Sin embargo, de los contenidos que se publican en la herramienta, sólo la Universidad de Especialidades Espíritu Santo cuenta con contenidos audiovisuales de podcasts relacionados a una de las carreras. Las demás universidades contaban con archivos de audio o texto para el oyente. La mayoría de estos audios se encontraba en forma incipiente, es decir en una baja calidad de grabación.

Por lo tanto, existe un desarrollo mínimo para el manejo y desenvolvimiento de los podcasts como uso pedagógico y como material que puede ser exportado en forma de conocimiento al exterior, siendo esta una de las razones por la

cual se pretende con este manual promover un mecanismo efectivo para la selección de expositores, dándole un giro totalmente nuevo al producto y sin estancarse en la idea de un audio de mala calidad sin una interacción.



# 2

Descripción  
general del  
proyecto



## 2.1. Objetivos

Crear un producto audiovisual (formato podcast) lo suficientemente atractivo para que fomente en los jóvenes universitarios el interés por el análisis de materias en ciencias sociales; en este caso de forma específica en materia relacionada con las Relaciones Internacionales y actores no estatales.

## 2.2. Límites y alcances

### De los Alcances del proyecto

#### *a) Un producto audiovisual de alta calidad*

Se busca realizar un producto de alta calidad en fondo y forma para el público objetivo al que se espera llegar. Debido a esto, se utilizará la tecnología de video en High Definition en un formato de reproducción amigable para la variedad de medios que existen.

En cuestión contenidos, cada episodio del circuito de podcast cuenta con una investigación realizada en conjunto entre estudiantes universitarios y expertos en la temática a tratar. El alcance que tendría el producto está determinado en medida por la calidad del expositor y lo que este transmita a través de la cámara

a su audiencia, siendo este un eje crucial para el éxito del circuito.

#### *b) Un producto atractivo para el grupo objetivo*

La esencia del producto que se plantea desarrollar es un podcast que resulte atractivo. Debido a esto el podcast debe incluir: material gráfico de apoyo, animaciones multimedia, un discurso en términos sencillos manejado por un experto o conocedor del tema y ser de corta duración (aproximadamente 10 minutos).

Las funciones de este manual es dar los lineamientos para poder seleccionar de manera adecuada a los expositores, que en este caso juegan un papel fundamental en el circuito ya que de su desempeño frente a las cámaras dependerá en gran medida el nivel de aceptación de este producto.

*c) Un producto con contenido de interés y actualidad para aportar y enriquecer el análisis de tópicos en materias de ciencias sociales.*

Una de las finalidades del producto es que su contenido no sea solamente de buen nivel académico, sino que además desarrolle temas de actualidad para poder mantenerse a la vanguardia de los múltiples tópicos discutidos a diario en materia de ciencias sociales.

Es importante no dejar de lado la utilidad e importancia de que quien transmita estos contenidos cree en la medida de lo posible interés por parte de nuestro grupo objetivo, debido a que el o la interlocutora nos servirá como punto de partida para comprender los eventos que definen al panorama político actual.

#### **De los límites del proyecto**

En orden de establecer los límites del proyecto,

es importante considerar que en cuanto a límites no se refiere a limitaciones o dificultades en la realización del producto, sino a delimitar cuáles son los requisitos que deben garantizarse para la producción del podcast.

Razón por la cual a continuación se detallan una serie de pasos que tienen como intención servir como mecanismo de selección del expositor, tomando en cuenta al mismo una serie de consideraciones que no se deben de pasar por alto para la óptima realización de este producto.

Manteniendo los parámetros presentados a continuación y limitándonos a cumplir con estos lineamientos, se podrá realizar un proyecto de calidad que cumpla con las expectativas del público objetivo respecto a este tipo de productos.



## 2.3. Actores

13

Los actores que están vinculados a la ejecución de este manual son:

### Actores Internos

Estudiantes de pregrado  
Catedráticos de Ciencias Sociales,  
Esénica, Multimedia y Diseño  
Departamento de PAPs

### Actores Externos

Expositores de las diversas  
temáticas  
Evaluadores del Casting  
Asesores Externos

## 2.4. Distintas aristas del proyecto

### Carlos Espinoza (Multimedia)

*"Realización de los circuitos de Podcast de la Universidad Casa Grande: pre-producción, producción y post producción".*

La pre producción, consiste principalmente en la etapa investigativa del proyecto que sirve como base de su elaboración. La producción es su realización, uno de los elementos más importantes es la grabación del evento. La última instancia se enfoca en la edición de los videos y la incorporación de las animaciones.

### **Antuan Barquet (Ciencias Políticas)**

*"Mecanismos para la selección de expositores del Circuito de Podcast de la Universidad Casa Grande: detalles a considerar próxima ejecución"*

Para la elaboración del producto, el expositor es central. Debido a esto se detalla una guía sobre el proceso a realizarse y las consideraciones necesarias a tomarse.

### **Irene Vélez (Ciencias Políticas)**

*"Guía para la selección de temas, investigación y redacción de los guiones literarios a utilizarse en los módulos del circuito de Podcast".*

En el proceso de investigación, se debe determinar cuáles serán los contenidos a tratarse en cada módulo (dependiendo de la temática

general del circuito). Posterior a esto, la investigación y redacción de los guiones literarios, deben seguir procesos determinados para poder cumplir con los mínimos requeridos.

### **Jaime Jaramillo (Negocios Internacionales)**

*"Manejo de presupuesto y adecuación de la locación para los Podcasts"*

Para la realización del circuito podcast, es necesario contar con un presupuesto adecuado para su elaboración y posibilidades de financiamiento mediante auspicios.



### **Mariuxi Saavedra (Multimedia)**

*"Lineamientos a seguir para la elaboración de la escenografía y apoyo visual de un Podcast Universitario"*

Para la finalidad de una comunicación visual efectiva que permita la retención y comprensión de la información, se detallará en el manual los elementos que construyen una comunicación atractiva y eficaz.

### **Luz Rodríguez (Diseño Gráfico)**

*"Desarrollo de la marca para uso en medio digital"*

Considerando que el producto podcast es exclusivamente para medios virtuales, es necesario pensar en la marca dentro del medio digital. Resulta importante considerar en este contexto los usos permitidos de "Inside".

### **Isabel Vásquez (Ciencias Políticas)**

*"Cómo utilizar un Podcast educativo en clases: recomendaciones y observaciones necesarias para su implementación".*

3

Objetivos  
específicos  
del manual

## Objetivos específicos del proyecto

De los objetivos específicos del proyecto el presente manual responde al objetivo específico N° 2

*“Promover el circuito de Podcast como una herramienta poseedora de una investigación guiada y aprobada por académicos y profesionales en el tema, presentando información fidedigna y – en medida de lo posible- no parcializada”*

Los mecanismos que se utilizarán para la selección de expositores evidencian una metodología debidamente justificada para la efectiva realización del Circuito de Podcast.

Este manual contribuye al cumplimiento del objetivo específico N° 2; ya que fija las directrices para contar con el respaldo metodológico, para promoverlos académica y profesionalmente.

4

Acciones a  
realizarse y  
breve descripción

## 4. Acciones a realizarse y breve descripción

Para la realización de una adecuada selección de expositores se requiere ejecutar las siguientes acciones detalladas brevemente a continuación.

### 1. Selección de expositores

Identificar a las personas adecuadas para realizar la grabación del circuito de podcast INSIDE.

### 2. Casting

Proceso de selección para evaluar la capacidad expositiva y argumentativa de quienes integrarán el proyecto audiovisual a presentar.

### 3. Media Training

Segmento de capacitaciones y entrenamientos para la preparación de los expositores.

#### 4. Estructuración del Guión Literario

Investigación de contenidos, redacción y revisión del material literario para la estructuración de que guiones que serán expuestos por los interlocutores seleccionados.

#### 5. Ensayos

Instancia del proceso en donde se pulirán últimos detalles como: Conocimiento de guiones, desenvolvimiento escénico, presencia frente a cámaras, dicción y vocabulario.

5

Desarrollo del  
paso a paso  
de las acciones

## 5. Desarrollo del paso a paso de las acciones

Esta lista de acciones tiene como objetivo definir de la manera más clara posible los criterios y mecanismo de selección de los expositores para el circuito de podcast Inside. Se recomienda mantener las acciones a continuación mencionadas para alcanzar una óptima producción.

- a. Selección de expositores
- b. Casting
- c. Media Training
- d. Estructuración del Guión Literario
- e. Ensayos



De acuerdo a los experimentos realizados por parte de este grupo a estudiantes universitarios para medir su nivel de tolerancia y agrado, su preferencia se inclina hacia expositores jóvenes que demuestren frescura y dinamismo al momento de hacer una exposición o presentación frente a cámaras o una audiencia determinada.

Tomando en cuenta que en futuras producciones del circuito de podcast Inside se abordarán temáticas de diversas índoles, es importante buscar constantemente nuevos expositores de acuerdo al tema.

Se recomienda que los mismos sean evaluados en base a la plantilla adjunta en anexos, considerando sus habilidades y manejando un sistema de calificación para su aprobación.

Funcionando de la siguiente manera;

- a. La plantilla tiene como finalidad demostrar las aptitudes del expositor, brindar su información de contacto, horarios, disponibilidad, evaluar la metodología a presentar y obtener datos corporales.
- b. Es importante que toda la información en la plantilla sea completada a fines de evitar problemas en el futuro.

## 24 5.1. Selección de expositores



c. Las áreas de evaluación “Frente a cámaras y Fuera de cámaras” deben ser calificadas del 1 al 10, siendo el número 1 malo y el número 10 excelente. Las áreas a evaluar son: Desarrollo escénico, Uso del espacio, Dicción y Vocabulario y Capacidad para relacionar temas.

d. La plantilla tiene una nota final sobre 100. Podrán ser seleccionados aquellos participantes del casting que obtengan una nota mayor a 75/100.

e. La plantilla debe ser completada por un experto en áreas de: comunicación escénica, audiovisual o multimedia ya que tienen un conocimiento más profundo en temas de castings y expertise que les permite ser más objetivos al momento de evaluar. Todo esto con el fin de obtener retroalimentación justificada por los profesionales de ese área.

## 26 5.2. Casting

Una vez definida la lista de posibles expositores se deberá proceder a realizar un casting. Se sugiere hacer uso del estudio de la UCG, ya que cuenta con las instalaciones adecuadas y equipos necesarios. Se recomienda el uso de micrófono corbatero para la optima captación de voz del participante.

Según Andrés Sosa, experto en locución, doblaje y actuación, existen varias líneas de acción, una de ellas por ejemplo es la improvisación, una capacidad que debe tener el elenco para poder solventar y dar resultados en escena de manera efectiva y rápida.

Hablando específicamente del “Circuito de Podcast”, se ha aplicado una metodología particular en este primer ciclo que dio resultados positivos ya que se pudo identificar los siguientes 4 elementos, dando como resultado una buena puesta en escena por lo que se recomienda su uso posterior.

- a. Desenvolvimiento escénico
- b. Uso del espacio
- c. Dicción y Vocabulario
- d. Capacidad para relacionar temas

Esta metodología consiste en poner al expositor en el set, pedir que se presente, mencione su preparación académica y habilidades de comunicación para posteriormente presentarle 3 carteles, con palabras disímiles.

Siguiendo la mecánica detallada a continuación

1. Auto - Presentación del Expositor
2. Se muestra el primer cartel mientras se presenta. Contenido: FIFA
3. Permitir que el expositor desarrolle el tema.
4. Se interrumpe mostrando el segundo cartel mientras desarrolla. Contenido: Apple
5. Permitir que el expositor desarrolle el tema.
6. Se muestra el tercer cartel mientras desarrolla. Contenido: Chevron
7. Permitir que desarrolle.
8. Agradecer y finalizar casting.

La intención es que el tercer cartel contenga una de las palabras de los temas escogidos para los podcasts, con el fin de evaluar el nivel de conocimiento del expositor sobre el tema para el que se está planteando sea escogido.

La razón por la cual el tercer o último cartel debe contener la palabra clave, es por que el desenvolvimiento del expositor debe ser progresivo y evaluado a medida que se cambian los carteles, así los evaluadores podrán medir las habilidades del expositor.

Con esta metodología se busca medir no solo el nivel de conocimiento de varios temas sino también la destreza del interlocutor para desarrollar contenido bajo presión y la capacidad para desenvolverse frente a las cámaras.

Si bien existen técnicas ya establecidas para la realización de castings que caen en lo repetitivo –presentarse, toma de ángulos y lectura de líneas- esta metodología está aterrizada a identificar puntualmente las competencias que se buscan.

Es importante mencionar que el contenido de los carteles puede variar. FIFA y Apple fueron elegidos sin criterio alguno. Se recomienda usar contenidos de coyuntura y totalmente disímiles el uno del otro.

## 5.3. Media Training

Un Entrenamiento de Medios o Media Training es una capacitación enfocada en el aprendizaje de técnicas y habilidades para poder comunicarse bien frente a: cámaras, medios de comunicación o audiencias públicas.

Con un Media Training, un expositor debe poder comunicar eficazmente los mensajes intencionales para los que ha sido seleccionado, además de poder enfrentar de mejor manera cuestiones de dicción, uso del espacio y desenvolvimiento frente a cámaras.

Una vez que los expositores hayan sido seleccionados –en base al resultado de la plantilla- se recomienda contactar a profesores de la Universidad Casa Grande - ya que por temas de vinculación con los alumnos y con los proyectos de aplicación profesional tienen mas disponibilidad para ayudar, sin embargo se podría contactar académicos con conocimientos de estas áreas de otras universidades o instituciones, el objetivo es que desde su perspectiva como profesionales y expertos en el área de la actuación, identifiquen – de ser necesario – las falencias en donde los expositores necesiten reforzar su trabajo.

Por existir un vínculo con la Universidad, y tener la experiencia en este campo sugerimos contactar a los siguientes expertos;

- Jaime Tamariz – Actor y Director de Teatro.  
Telf: (04)-2202180 ext. 165

- Marina Salvarezza- Primera Actriz. Telf:  
(04)-2202180 ext. 165

En el caso específico de los expositores del primer circuito de podcast, se identificaron las siguientes áreas:

2. Desenvolvimiento escénico
3. Uso del espacio
4. Dicción y Vocabulario
5. Preparación previa a la Grabación.

Posteriormente se estructuró un calendario con fechas de trabajo. Los elementos antes indicados pueden variar de acuerdo al expositor y a las áreas a trabajar que encuentren los expertos.

## 5.4. Estructura conjunta de guión literario

Una vez realizado el casting se recomienda que el expositor/a elegido en conjunto con el/la estudiante elaboren un guión literario del tema a tratar. Se recomienda que este guión sea revisado y aprobado por el/la guía de tesis – pudiendo agregar o disminuir contenido- de ser necesario.

Posteriormente los guiones deben ser entregados al Equipo Multimedia para la estructuración del Guión Técnico y al Equipo de Diseño para la creación de parte gráfica (artes, animaciones, zócalos).



## 5.5. Ensayos

Según el experto Andrés Sosa una de las instancias más importantes de la preproducción son los ensayos. Estos deben de ser fijados en un cronograma de trabajo que incluya: lugar, hora y equipos a usar. De esta manera se puede tener control sobre los avances del elenco y conseguir los resultados que se buscan.

### 5.5.1. ¿Cómo? ¿Cuándo? y ¿dónde hacer los ensayos?

De acuerdo a las palabras del profesor Sosa los ensayos deben de ser programados por el equipo de producción y el director del Media Training, en base a las necesidades del elenco. Los ensayos deben de ser llevados a cabo – de preferencia en el lugar donde se va a realizar la grabación – con el fin de que el expositor conozca el espacio, manejo de cámaras e iluminación.

Con los ensayos se busca:

- Fortalecer las debilidades expositivas del elenco.
- Demostrar la familiaridad con el texto asignado.
- Descartar miedos ante las cámaras e iluminación.
- Reconocimiento del entorno.

Se recomienda grabar los ensayos para poder medir los avances del expositor e identificar ángulos, planos y enfoques para la grabación final.

## 34 5.6. Consideraciones Generales

### 1. De las responsabilidades:

1.1. Es importante, que desde las primeras instancias se llegue a un acuerdo con el expositor, para mutuamente trabajar hacia un mismo fin durante la producción de este circuito.

1.2. Se requiere seriedad y compromiso de ambas partes en orden de poder respetar fechas y tiempos estipuladas para: entrega de propuesta/guión, grabación, media training, ensayos, uso de artes y estructuración de guiones.

1.3. Fijar los costos que el grupo va a asumir o recaudar para temas de: traslados, alimentación e incluso estadía de ser necesario.

1.4. Para la realización de los ensayos, es importante que con anterioridad el guión le sea entregado al expositor para que pueda profundizar en su conocimiento.

## 2. De la selección del expositor:

2.1. Según la Lic. Lina Cabreja autora del estudio realizado por el Instituto Superior de Relaciones Internacionales Raúl Roa García (2013) es importante considerar los siguientes elementos o habilidades en el expositor:

2.1.1. Rapport: Lazo emocional que logra el presentador contagiando a su auditorio con su entusiasmo.

2.1.2. Reacción del público: Capacidad para medir señales de aburrimiento (bostezos, desinterés, miradas al reloj)

2.1.3. Voz: Manejo de tonos de voz, adaptación al espacio, velocidad, pausas, muletillas y entonación.

2.1.4. Lenguaje corporal: Formas de caminar, estar de pie, sentado, mirar. Movimiento de cejas,

manos, corte de cabello, ropa, aspecto y proyección general. Según el estudio anteriormente mencionado; el 93% de la comunicación es no verbal lo que incluye el tono de voz, gestos y posturas. El lenguaje corporal prevalece sobre las palabras.

2.1.5. Vestuario: El vestuario debe ser elegido teniendo en cuenta a tu audiencia especialmente respetando, cultura, costumbres y código de formalidad. Sin cambiar la esencia/originalidad del expositor.

6

Bibliografía

Cabreja, Lina. (2013). Hablar en público y hacerlo bien.  
Instituto Superior de Relaciones Internacionales Raul Roa García.  
Recuperado de [http://www.isri.cu/publicaciones/didacticas/boletin\\_0109.pdf](http://www.isri.cu/publicaciones/didacticas/boletin_0109.pdf)

7

Anexos

**INSIDE**

## Plantilla Expositor

Nombre:

Edad:

Educación o Expertise:

Fecha:

Número de contacto:

Mail:

No.:

FRENTE A CAMARAS		
CRITERIOS DE EVALUACIÓN		VALORACIÓN Y COMENTARIOS*
DESENVOLVIMIENTO ESCENICO		
USO DEL ESPACIO		
DICCION		
VOCABULARIO		
CAPACIDAD RELACION DE TEMAS		
FUERA DE CAMARA		
No	CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN Y COMENTARIOS*
1	RAPPORT	
2	REACCION DEL PUBLICO	
3	TONO DE VOZ	
4	LENGUAJE CORPORAL	
6	ACTITUD	

## 7.1. Anexo 1: Plantilla Expositor



DISPONIBILIDAD**		Temas Presentados***	
<input type="checkbox"/> Media Training <input type="checkbox"/> Ensayos <input type="checkbox"/> Estructuración Guión <input type="checkbox"/> Grabación	Horario: _____	Tema 1	Valoración:
		Tema 2	Valoración:
		Tema 3	Valoración:
		Condiciones de participación:****	
Requisitos:		<b>EVALUACIÓN</b>	
Evaluado por:		NO APROBADO	SELECCIONADO
Comentarios:	En caso de vestimenta:		Medidas
	TALLA DE CAMISETA-BLUSA		Altura:
	TALLA DE PANTALON		Peso:
	TALLA DE ZAPATO		
* Puntaje de 1 a 10 - Siendo 1 Malo y 10 Excelente ** Poner vistos en donde el expositor tenga disponibilidad de tiempo *** Carteles con temas para su desarrollo **** Mencionar condiciones del participante; traslados, costos, alimentación.			

## 7.1. Anexo 1: Plantilla Expositor

