

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



“LIMANDO REALIDADES” PODCAST

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar por el Título Profesional de
Licenciado en Comunicación.

Jair Ñiquen Ticona
Código 20192272

Fernanda Graciela Pulido Panizo
Código: 20171218

Asesor:

Orazio Marcelo Potesta Zapata

Lima-Perú
Año 2025 - I





**“LIMANDO REALIDADES”
PODCAST**

ÍNDICE

RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN.....	8
1.1. Objetivo del trabajo profesional.....	8
1.1.1. Objetivo general.....	8
1.1.2. Objetivos específicos.....	8
1.1.3. Buyer persona.....	9
1.2. Ejemplo de materiales producidos.....	9
1.2.1. Material #1.....	9
1.2.2. Material #2.....	9
1.2.3. Material #3.....	9
1.2.4. Material #4.....	9
1.2.5. Material #5.....	9
1.2.6. Material #6.....	9
1.2.7. Material #7.....	10
1.2.8. Material #8.....	10
1.2.9. Material #9.....	10
1.2.10. Material #10.....	10
1.2.11. Material #11.....	10
1.2.12. Material #12.....	10
CAPÍTULO II: ANTECEDENTES.....	11
2.1. Análisis del contexto.....	11
2.2. Análisis del mercado.....	15
2.3. Casos referenciales.....	16
2.3.1. Podcast de entretenimiento a nivel nacional.....	17
2.3.1.1. Sin Paltas Podcast.....	17
2.3.1.2. Calla Cabro Podcast.....	18
2.3.1.3. Enfocados Podcast.....	19
2.3.1.4. Lima Criminal.....	20
2.3.1.3. Limeñito Survival.....	21
2.3.1.3. Y todos vuelven Podcast.....	22
2.4. Perfil del grupo objetivo.....	23
CAPÍTULO III: FUNDAMENTO PROFESIONAL.....	25
3.1. Concepción de la idea.....	25
3.2. Proceso creativo y de producción del podcast.....	26
3.3. Estructura de los episodios.....	27
3.4. Elección de la duración del podcast.....	27
3.5. Propuesta de valor de Limando Realidades.....	28
3.6. Elección de temas.....	28
3.7. Recursos narrativos.....	29
3.8. Backstage.....	30
3.9. Logos.....	32

3.10. Paleta de colores.....	33
3.11. Tipografía.....	35
3.12. Segunda propuesta de logo.....	36
3.13. Tipografía.....	35
3.14. Logo Final.....	38
CAPÍTULO IV: LECCIONES APRENDIDAS.....	40
CAPÍTULO V: REFERENCIAS.....	44
CAPÍTULO VI: ANEXOS.....	47



RESUMEN

Limando Realidades es un podcast de entretenimiento, en el que se comentan temas cotidianos de la sociedad limeña. Realizamos este producto con la motivación de responder ¿Qué hace un limeño y qué le caracteriza o distingue?

Los episodios están disponibles todos los domingos a través de plataformas como Spotify y Youtube. En ellas, los conductores, por medio de una conversación amigable y coloquial, buscan conocer qué le diferencia de otros ciudadanos latinoamericanos, generando un interés de cómo se comporta el limeño en nuestro entorno, ante diversas situaciones y contextos.

Asimismo, con el objetivo de difundir y crear una comunidad activa con nuestro público objetivo. Limando Realidades cuenta con un perfil en Instagram en donde mantenemos una comunicación a diario.

Palabras clave: Podcast, sociedad limeña, entretenimiento

ABSTRACT

Limando Realidades is an entertainment podcast, in which everyday issues of Lima's society are discussed. We made this product with the motivation to answer: What does a limeño do and what characterizes or distinguishes him/her?

The episodes are available every Sunday through platforms such as Spotify and Youtube. In them, the hosts, through a friendly and colloquial conversation, seek to know what differentiates them from other Latin American citizens, generating an interest in how the limeño behaves in our environment, in various situations and contexts.

Also, with the objective of spreading and creating an active community with our target audience. Limando Realidades has a profile on Instagram where we maintain daily communication.

Keywords: Podcast, limeño society, entertainment.

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN

Limando Realidades es un podcast que aborda diversos temas acerca de las características que suelen tener los limeños, respondiendo a la pregunta central del programa: ¿Qué hace un limeño y qué le caracteriza o distingue? De esta manera, nuestro público objetivo logrará identificarse causando un interés que le permita conocer cómo se comporta su entorno frente a diversas situaciones. Teniendo en cuenta que nos encontramos en una ciudad llena de contrastes, razas, religiones, etc.

El estilo del podcast es presentar una conversación entre dos personas, en donde el tono de comunicación será coloquial. Sin embargo; también contará con el componente de brindar una mirada personal y crítica a diversas situaciones.

Este proyecto consta de 12 capítulos, el tiempo de duración de cada episodio es de 8 a 15 minutos aproximadamente y se encuentra disponible a través de las plataformas como Spotify y YouTube.

1.1. Objetivos del trabajo profesional

1.1.1. Objetivo general

1. Presentar un canal de podcast que aborde temas sobre las características particulares de un limeño, buscando generar un tipo de reflexión divertida y analítica.

1.1.2. Objetivos específicos

1. Establecer un tono de comunicación humorístico para crear un vínculo de cercanía con nuestro público objetivo.
2. Lograr que nuestra audiencia reciba información relevante en cada episodio sobre su accionar ante las diversas situaciones de un limeño.
3. Desarrollar un perfil en YouTube como un canal complementario, con el propósito de incrementar la audiencia y fortalecer la conexión con la comunidad establecida en Spotify.

1.1.3. Buyer persona

BUYER PERSONA

Diego Rodriguez



- Edad: 23 años.
- Género: Masculino.
- Ubicación: Surco.
- Ocupación: Estudiante universitario de Comunicación.
- Nivel socioeconómico: Medio.
- Estado civil: Soltero.

Intereses

- Cultura urbana limeña.
- Podcasts sobre sociedad, actualidad o anécdotas.
- Cine y teatro.
- Acudir a cafés, conciertos pequeños, ferias.

Pain Points

- Frustración con el caos de Lima (tráfico, informalidad, falta de planificación).
- Sentimiento de contradicción: ama su ciudad, pero lo estresa constantemente.
- Necesita espacios para desahogarse o verse reflejado en experiencias cotidianas.
- Siente que muchos medios tradicionales no lo representan.

Motivaciones

- Conectarse con contenido que lo haga sentir identificado como limeño.
- Reirse de las realidades absurdas de su ciudad.
- Aprender mientras se entretiene.
- Compartir contenido que le genere conversación con amigos.

Comportamiento digital

- Escucha podcasts mientras se traslada a su trabajo, universidad y casa.
- Comenta, guarda y comparte reels de podcast con frases graciosas.
- Prefiere contenido directo, incluyendo jergas locales y edición dinámica.

1.2. Ejemplos de materiales producidos

MATERIAL #1: Limando Realidades Podcast: Características de un Limeño

UBICACIÓN: <https://bit.ly/3ebz0xM>

MATERIAL #2: Limando Realidades Podcast: Redes sociales más usadas por los limeños.

UBICACIÓN: <https://bit.ly/3ebz0xM>

MATERIAL #3: Limando Realidades Podcast: Lugares que todo limeño debe conocer

UBICACIÓN: <https://bit.ly/3ebz0xM>

MATERIAL #4: Limando Realidades Podcast: El tráfico en lima

UBICACIÓN: <https://bit.ly/3ebz0xM>

MATERIAL #5: Limando Realidades Podcast: Desayuno al paso

UBICACIÓN: <https://youtu.be/oTq7p69yrQE>

MATERIAL #6: Limando Realidades Podcast: Lima y su clima loco

UBICACIÓN: <https://youtu.be/Ru20uXaBMNc>

MATERIAL #7: Limando Realidades Podcast: Los limeños se creen argentinos?

UBICACIÓN: <https://youtu.be/hd7nvi5B6eI>

MATERIAL #8: Limando Realidades Podcast: La hermosa costa de lima

UBICACIÓN: <https://youtu.be/pWbdzzCY8JU>

MATERIAL #9: Limando Realidades Podcast: Casas en lima

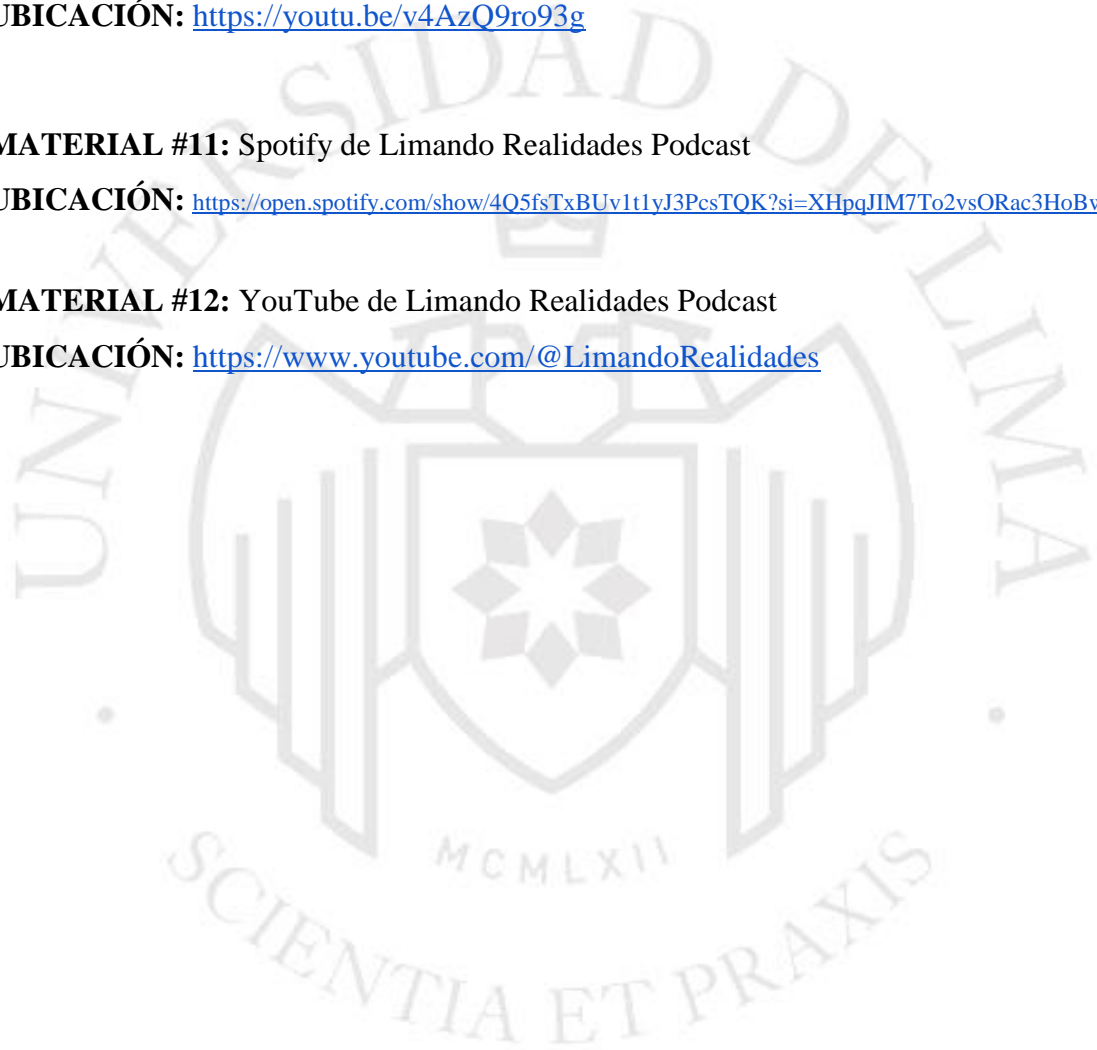
UBICACIÓN: <https://youtu.be/v4AzQ9ro93g>

MATERIAL #11: Spotify de Limando Realidades Podcast

UBICACIÓN: <https://open.spotify.com/show/4Q5fsTxBUv1t1vJ3PcsTQK?si=XHpgJIM7To2vsORac3HoBw>

MATERIAL #12: YouTube de Limando Realidades Podcast

UBICACIÓN: <https://www.youtube.com/@LimandoRealidades>



CAPÍTULO II: ANTECEDENTES

Lima es una ciudad que reúne diversas culturas, a causa de la migración e inmigración desde mediados del siglo XX; es por ello la importancia de analizar las características del limeño y saber qué le distingue en clave humorística y cultural.

2.1. Análisis del contexto

El 18 de enero de 1535, un grupo de conquistadores españoles liderados por Francisco Pizarro fundó la ciudad de Lima, a la que bautizaron como “La Ciudad de los Reyes” en honor a los Reyes Magos, ya que su fundación ocurrió cerca de la fecha de la Epifanía (Varón Gabai, 1992). La elección del valle del Rímac no fue fortuita: se trataba de un lugar estratégicamente ubicado entre el mar y la sierra central, con una importante tradición agrícola y cultural, donde previamente había florecido la llamada “Cultura Chicha”, expresión de una fusión temprana entre lo andino y lo costeño (Portocarrero, 2007).

Desde sus inicios, Lima fue concebida como un proyecto de poder y control, no solo militar, sino también político y simbólico. Su designación como capital del Virreinato del Perú la convirtió en el centro neurálgico de la administración colonial española en Sudamérica. Durante el periodo virreinal, Lima adquirió una importancia geopolítica que superó a ciudades como Quito o La Plata, consolidándose como un punto de convergencia de diversas migraciones internas y externas: peninsulares, indígenas, africanos y, posteriormente, criollos, configurando así una sociedad profundamente mestiza (Walker, 2008).

El mestizaje cultural iniciado en la etapa colonial dejó una impronta duradera en la identidad limeña contemporánea. Esta mezcla no solo se expresó en el ámbito racial, sino también en el lenguaje, la arquitectura, la gastronomía y los sistemas de organización social. En este contexto, Lima se transformó en una “ciudad de oportunidades” para diversos sectores de la población, aunque de forma desigual, pues la movilidad social estuvo históricamente mediada por factores étnicos y económicos (De la Cadena, 2000).

Asimismo, Lima puede entenderse, en términos simbólicos, como una “ciudad toledana” al estilo del historiador Ramón Menéndez Pidal: un espacio de confluencia cultural que reproduce el modelo urbano y cultural de la metrópolis en el Nuevo Mundo (Mörner, 1985). De esta manera, la fundación de Lima no solo marcó el inicio de una

nueva etapa histórica en el Perú, sino que estableció un entramado social y cultural que sigue influyendo en el comportamiento del limeño hasta nuestros días.

Ya en el siglo XX, Lima experimentó una transformación demográfica sin precedentes a causa de un intenso proceso de migración interna. Este fenómeno alcanzó su punto más alto durante el gobierno del general Juan Velasco Alvarado (1968-1975), cuyo régimen militar implementó una serie de reformas estructurales que alteraron profundamente la dinámica rural del país. Entre estas, destacó la reforma agraria de 1969, que buscó dismantlar las estructuras tradicionales de poder en el campo mediante la redistribución de tierras a comunidades campesinas (Matos Mar, 1984).

Pese a sus objetivos emancipadores, la reforma agraria generó efectos colaterales importantes, como la desarticulación de los sistemas productivos rurales, la pérdida de empleos agrícolas y el debilitamiento de las economías campesinas. Esto impulsó una ola migratoria hacia Lima y otras ciudades costeras, donde los migrantes esperaban encontrar mejores oportunidades económicas y servicios básicos (Driessen, 1998).

Este flujo migratorio masivo transformó profundamente la fisonomía social y cultural de la capital. Miles de personas provenientes principalmente de la sierra central y sur del país se establecieron en la ciudad, frecuentemente en condiciones precarias, originando nuevos barrios y asentamientos en la periferia urbana. Este fenómeno, que Matos Mar (1984) denomina “el desborde popular”, no solo reconfiguró la geografía urbana, sino también la identidad limeña: de una ciudad predominantemente criolla a una profundamente diversa y multicultural.

Los migrantes trajeron consigo sus costumbres, lenguas, prácticas religiosas y formas de organización comunitaria. Estas encontraron expresión en nuevos circuitos culturales, mercados populares y manifestaciones artísticas. Aunque enfrentaron inicialmente discriminación y exclusión, estos sectores populares fueron fundamentales para el auge de la economía informal y la vitalidad cultural limeña, consolidando a Lima como una auténtica “ciudad chicha”, término que alude a la hibridez de sus expresiones culturales y sociales (Degregori, 2007).

La música chicha, o cumbia andina, emergió en Lima en la segunda mitad del siglo XX como una poderosa manifestación cultural de los sectores populares y migrantes andinos. Este género musical, que fusiona la cumbia colombiana con el huayno andino y

el rock psicodélico, se convirtió en una herramienta simbólica de resistencia, pertenencia y visibilidad social. Para muchos migrantes, la chicha representó una forma de afirmación identitaria frente a la exclusión y el racismo estructural de la Lima criolla tradicional, revalorizando sus orígenes serranos y experiencias urbanas (Turino, 2008).

Mediante letras que abordan el desarraigo, el amor, la lucha y la esperanza, la música chicha se ha consolidado como un referente clave de la cultura popular peruana contemporánea. Grupos emblemáticos como Los Shapis, Chacalón y la Nueva Crema, o el Grupo Alegría, trascendieron el ámbito musical para convertirse en íconos culturales. Como sostiene León (2010), la chicha no solo entretiene, sino que comunica, denuncia y da voz a los invisibilizados. En ese sentido, es un lenguaje urbano que articula identidad, memoria y aspiraciones en una ciudad en constante transformación.

Durante la década de 1990, bajo el gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000), Lima volvió a experimentar transformaciones profundas. En un contexto de crisis económica, violencia política y colapso institucional, el régimen promovió un modelo neoliberal autoritario que estabilizó la economía, pero dejó a vastos sectores en condiciones de informalidad, desigualdad y precariedad (Crabtree & Thomas, 1999).

En este escenario surgió la llamada “cultura combi”, expresión de vida marcada por la capacidad de adaptación, la creatividad ante la adversidad y una ética de la supervivencia. El término proviene del sistema informal de transporte urbano —las “combis”— símbolo tanto del caos urbano como de la resiliencia popular (Portocarrero, 2008). Esta cultura representa al ciudadano que “se rebusca”, que enfrenta la inestabilidad con ingenio, y que mantiene una relación práctica, aunque desconfiada, con el Estado.

La informalidad se convirtió en una estrategia de subsistencia y en una forma legítima de construir ciudad. Según Tanaka (2001), el limeño responde a un entorno hostil desarrollando redes informales, soluciones “a la criolla” y una identidad urbana marcada por la astucia, la improvisación y el pragmatismo.

Con la llegada al poder de Alejandro Toledo (2001-2006), se abrió una nueva etapa en la historia política reciente del Perú. Toledo, primer presidente de origen indígena en la historia republicana, encarnó el anhelo de inclusión social y reconocimiento cultural en una Lima profundamente influida por procesos migratorios y mestizaje (Degregori, 2004).

Aunque su gobierno promovió un discurso de reconciliación nacional, las desigualdades estructurales persistieron. La estabilidad macroeconómica y el fortalecimiento institucional no lograron erradicar la informalidad ni la pobreza urbana. El limeño promedio, influenciado por la “cultura combi”, enfrentó esta nueva realidad con una mezcla de esperanza y escepticismo (Tanaka & Vera, 2007).

Aun así, el simbolismo del ascenso de Toledo ayudó a visibilizar el rol de los sectores populares y migrantes en la construcción de la ciudad. Como indica Ansión (2006), el Perú del siglo XXI no puede comprenderse sin reconocer la centralidad de estos actores sociales, que han moldeado Lima desde sus márgenes.

Desde 2016, Lima Metropolitana ha sido reconocida oficialmente como una megaciudad, categoría reservada para urbes con más de 10 millones de habitantes (IPSOS, 2016). Este hito marca un punto de inflexión en su historia demográfica y urbana, posicionándola por encima de ciudades como Londres, Chicago o Hong Kong en población.

Según la ONU (2018), solo 33 ciudades en el mundo habían alcanzado esta categoría, siendo Lima la número 32. Esta expansión implica no solo densidad, sino una serie de desafíos: planificación urbana, movilidad, seguridad, acceso a servicios, y gestión ambiental.

El informe *Lima Cómo Vamos* (2023) revela contrastes profundos entre distritos como Miraflores o San Isidro, con altos niveles de servicios, y otros como San Juan de Lurigancho o Villa El Salvador, donde las deficiencias son notorias. A pesar de estas desigualdades, el limeño ha desarrollado comportamientos y estrategias comunes que configuran una identidad sociológicamente identificable.

Según el INEI (2023), el 24.3% de la población de Lima Metropolitana vive en pobreza monetaria. La informalidad laboral alcanza el 66.4%, y el desempleo afecta al 7.3%, siendo los jóvenes los más impactados. Además, cerca del 10% de limeños carece de acceso regular a agua potable, y alrededor de 1.2 millones dependen de camiones cisterna (SUNASS, 2023).

Estas cifras configuran el marco real de la vida limeña: un ciudadano que, pese a las carencias, crea comunidad, desarrolla soluciones colectivas y mantiene viva una ciudad contradictoria y profundamente humana.

Como concluye Tanaka (2020), el limeño contemporáneo combina pragmatismo, resiliencia, desconfianza institucional y una fuerte vocación emprendedora informal. La ciudad transforma a sus habitantes, pero estos también construyen una Lima a su imagen y semejanza: múltiple, conflictiva, pero vital.

2.2. Análisis del mercado

En la era digital contemporánea, el podcast ha emergido como una de las formas más dinámicas y populares de consumir contenido. Este formato, caracterizado por su accesibilidad y versatilidad, ha ganado una notable relevancia en los últimos años, especialmente impulsado por la pandemia. Según un informe de Statista (2024), se proyecta que el número de oyentes de podcasts a nivel global alcanzará los 600 millones hacia finales de 2024, lo que refleja un notable incremento en la aceptación de este medio. Este crecimiento es resultado de una adaptación acelerada de la sociedad a nuevas formas de entretenimiento y comunicación, propiciada por la necesidad de un distanciamiento social que llevó a muchos a explorar plataformas de streaming y contenido digital.

El mercado del podcasting ha crecido significativamente, con proyecciones que estiman un aumento en su valor de 36.28 mil millones de dólares en 2024 a 47.83 mil millones de dólares en 2025, lo que representa una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 31.8% (Podcast Insights, 2025). Este auge ha llevado a un crecimiento exponencial de los formatos de podcast, que incluyen categorías como entretenimiento, información, entrevistas, ficción, y otros. Los medios tradicionales como la radio y la televisión también han reconocido el potencial del podcast, adaptando sus contenidos a este formato para alcanzar nuevas audiencias.

En el contexto peruano, aunque el consumo de podcasts ha comenzado a ganar terreno, existe una oportunidad significativa para innovar y generar contenido de alta calidad que conecte con audiencias específicas. En este sentido, Limando Realidades Podcast busca llenar un vacío en el mercado, ofreciendo una perspectiva única sobre las

vivencias cotidianas de los limeños. Este enfoque se distingue por su intención de abordar situaciones particulares que enfrenta la población limeña, un ángulo aún poco explorado en el panorama podcast de Perú.

El éxito de cualquier propuesta en el ámbito del podcasting está estrechamente ligado a la capacidad de atraer y retener una audiencia dispuesta a consumir el producto. En un contexto donde el 65% de los oyentes de podcasts tienen entre 18 y 44 años (Pew Research, 2025), *Limando Realidades Podcast* tiene el potencial de captar a este público al ofrecer contenido relevante y localmente contextualizado. La propuesta de este podcast se basa en una narrativa auténtica, enfocada en los dilemas y experiencias cotidianas de los limeños, con el objetivo de generar identificación y fomentar una mayor conexión con los oyentes.

La clave del éxito de *Limando Realidades Podcast* radica en entender las necesidades de su público objetivo y desarrollar un contenido que no solo les entretenga, sino que también los motive a reflexionar sobre su realidad. Con episodios semanales y una producción cuidadosa, este proyecto tiene el objetivo de convertirse en una referencia en el mercado local, aprovechando el potencial de crecimiento del podcasting a nivel global y su creciente aceptación en Perú.

2.3. Casos referenciales

En la actualidad, existen diversos podcast en el mercado que abordan temáticas relacionadas con los limeños, aunque lo hacen desde una perspectiva general y no con el enfoque específico que planteamos en *Limando Realidades*. No obstante, dichos contenidos serán considerados como referencias. Del mismo modo, se incluyen algunos podcast cuya estructura y tono comunicacional guardan similitudes con el estilo que adoptaremos en nuestra propuesta.

2.3.1. Podcast de entretenimiento a nivel nacional

2.3.1.1. Sin Paltas Podcast

Este podcast es uno de los cinco más escuchados en el Perú, según Spotify. El objetivo de *Sin Paltas* es hacer el día a día de las personas un poco más ligero, hablando sobre temas que les puedan interesar como por ejemplo: Cómo superar una ruptura

amorosa, hablar de eventos paranormales, anécdotas vergonzosas, etc., siempre con mucho sentido del humor.

Mía y Omar son amigos desde 2016. Su sentido del humor es muy similar y la conversación se siente natural. Ellos construyen el esqueleto de los capítulos que van a grabar, pero a la hora de grabar todo fluye con naturalidad y fluidez sin guión. Si lo escuchas, son dos amigos con mucha química, se ríen, se enojan y discuten honestamente diferentes temas.

Por otro lado, elegimos este podcast peruano como referencia ya que, es una locución de un chico y una chica, tienen dinamismo entre ellos, ambos son divertidos, tocan temas variados; es decir, no tienen un tema en específico, se enfocan en lo que está pasando en su país, también hablan sobre curiosidades típicas de las personas, noticias no tan relevantes, entre otros. Existe un ambiente de complicidad entre los conductores, esto es algo que queremos transmitir, ya que tenemos esa misma vibra.

En cuanto a la duración, este podcast oscila entre 60 y 70 minutos; se eligió este producto peruano como referencia, ya que tiene un tono de comunicación coloquial y dinámico, componentes que se quiere replicar en Limando Realidades.



Conductores: Mia Nauca y Omar Dávila

Enlace: <https://spoti.fi/3RF6eDe>

2.3.1.2. Calla Cabro Podcast

Es un podcast peruano de temática LGBTQ+ y de comedia, iniciado en junio de 2019, presentado por Josué Parodi, Alberto Castro y Manuel Ramírez. Ellos son tres gays que se juntaron para compartir opiniones, romper estereotipos y tratar temas de actualidad.

Es un podcast limeño que habla sobre diversos temas que suceden en el día a día, bajo su propia opinión. Lo que hemos rescatado de este material es la personificación que toman sus tres conductores con el desarrollo de cada episodio. De esta manera, dejan a la imaginación de los oyentes la construcción de cada uno de estos personajes, identificándolos y generando la curiosidad por parte de su público del, qué pueda opinar en otro episodio. Algo que tratamos de hacer para nuestro proyecto de podcast, es que nuestro público objetivo nos identifique por esas características que daremos a conocer mediante la locución. Es decir, cada uno tendrá un rol dentro del programa, uno será en que tiene calle, el que conoce más lugares o jergas de lima y otro será el que no conoce mucho o solo conoce zonas del sector A y B. Con esto queremos crear pequeños personajes entre nosotros para que así los oyentes se entretengan más y quieran saber más de nosotros.



Conductores: Josué Parodi, Alberto Castro y Manuel Ramírez

Enlace: <https://spoti.fi/3V43kLf>

2.3.1.3. Enfocados Podcast

Es un podcast peruano conducido por los exfutbolistas Jefferson Farfán y Roberto Guizasola. Lanzado en marzo de 2024, el programa se centra en entrevistas y conversaciones informales con figuras destacadas del deporte y el entretenimiento,

ofreciendo una visión íntima y personal de sus experiencias y trayectorias. Algo que también queremos reflejar en nuestro podcast.

Este podcast ha logrado una notable acogida, superando el millón de visualizaciones en sus episodios y atrayendo a una audiencia joven que busca contenido auténtico y entretenido.

El programa está disponible en plataformas como YouTube y Spotify, ampliando su alcance y accesibilidad para los oyentes.

Por otro lado, se eligió este podcast como referente, ya que nos inspiramos en el set de grabación y la dirección de arte, por lo que el ambiente del podcast es informal y acogedor, alineado con el tono relajado de las conversaciones, al igual que nuestro podcast. La elección de un entorno cómodo facilita la espontaneidad y la autenticidad que caracterizan al programa.



Conductores: Jefferson Farfán y Roberto Guizasola.

Enlace: <https://acortar.link/57kO5J>

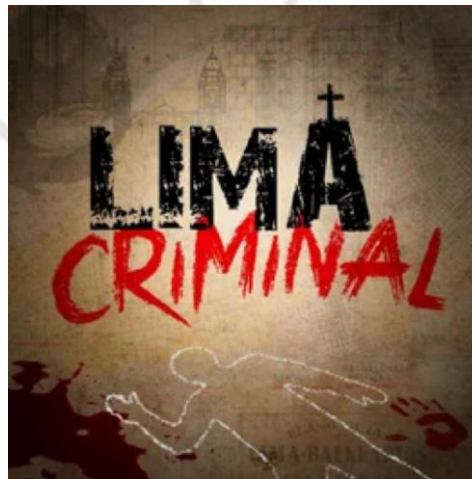
2.3.1.4. Lima Criminal

Lima Criminal es un podcast narrativo-documental lanzado en el 2023, este narra los crímenes más impactantes de la ciudad. Su estilo es serio y de suspenso, dirigido a

una audiencia que busca contenidos intensos y basados en hechos reales. Cada episodio reconstruye con rigor casos policiales que marcaron la memoria colectiva limeña.

Detrás de esta producción se encuentran los conductores Leny Luna Victoria y Leonardo Caparrós, quienes lideran la narración y el enfoque periodístico del programa. Además, cuenta con las voces de apoyo de Romina Lopez Barreda, Pepe Santana, entre otros colaboradores.

Aunque su enfoque es completamente distinto al de Limando Realidades, resulta un caso referencial de cómo Lima puede ser el escenario central de una narrativa poderosa y atrapante. Se puede observar cómo una producción cuidada, un buen guión y una narrativa estructurada logran enganchar a una audiencia de forma constante.



Enlace:

<https://open.spotify.com/show/2O8IMa7Nbkm4QKoVtaQgsm?si=715f0c0ead95406f>

2.3.1.5. Limeñito Survival

Este podcast cuenta con un tono relajado, juvenil y altamente informal. Lanzada en 2023, el cual aborda anécdotas, experiencias cotidianas y ‘manuales de supervivencia’ para vivir en Lima desde una perspectiva millennial. Es conducido por jóvenes limeños que

hacen humor con las adversidades de la ciudad, como el tráfico, la inseguridad, o los choques culturales.

Limeñito Survival guarda muchas similitudes con Limando Realidades tanto en tono como en temática, por lo que resulta un referente clave. La combinación de humor, experiencias personales y críticas indirectas a la ciudad lo convierte en una inspiración directa en la categoría de podcasts de entretenimiento local.



Enlace:

<https://open.spotify.com/show/2Rot38pKCNiHGn8L1dCBoT?si=1a9ca711fac047fc>

2.3.1.6. Y todos vuelven Podcast

Es un podcast producido por el Centro Cultural de la UPC que busca rescatar, revisar y celebrar nuestra historia cultural peruana a través de conversaciones con especialistas. Fue lanzada en el 2021, conducido por Laura Escobar Goicochea, quien

guía los diálogos en torno a temas como la historia del arte, tradiciones culturales, el desarrollo de la literatura, el cine y la memoria colectiva.

Este podcast es útil como referencia para entender cómo se puede usar el formato del podcast para generar reflexión sobre identidad, historia y cultura. Aunque su enfoque no es necesariamente el humor, su capacidad para hacer digeribles temas históricos en conversaciones atractivas puede ser una fuente de inspiración para el enfoque analítico de Limando Realidades.



Enlace: <https://cultural.upc.edu.pe/podcasts/y-todos-vuelven>

2.4. Perfil del grupo objetivo

El grupo objetivo del podcast está compuesto por jóvenes limeños de entre 18 y 28 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A, B y C. Este segmento de la población se caracteriza por estar en una etapa de transición hacia la independencia

personal y profesional, con un marcado interés en conectar con su identidad cultural y comprender las particularidades de su entorno social.

El limeño que forma parte de este grupo objetivo es dinámico, sociable y está en constante búsqueda de espacios que le permitan reflexionar, aprender y entretenerse. Suele estar expuesto a diversas influencias culturales, combinando costumbres tradicionales con elementos de modernidad. Es una persona que valora el humor lúdico y la autocrítica como formas de entender y enfrentar la vida urbana.

En cuanto a sus actividades, este joven limeño dedica su tiempo a estudiar, trabajar o emprender, además de participar activamente en redes sociales y consumir contenido digital, incluyendo podcasts, videos y memes. Valora la tecnología como una herramienta para informarse, entretenerse y socializar.

Entre sus hobbies, destacan actividades como escuchar música, explorar nuevos lugares de la ciudad, probar gastronomía diversa, asistir a eventos culturales y practicar deportes o actividades recreativas. Por otro lado, tiende a evitar temas o actividades que percibe como excesivamente formales o desconectados de su realidad cotidiana.

Este grupo se identifica con un contenido que refleje sus experiencias urbanas, sus inquietudes y su forma de ver el mundo, valorando especialmente la autenticidad y la conexión emocional en el mensaje que recibe.

El motivo por el cual este público ha sido seleccionado, es porque se emplea un vocabulario informal y coloquial. Según Gestión, en el Perú el 20% de usuarios de audio digital ya escucha podcast. La empresa RedMas hizo un estudio con respecto a los tipos de contenidos más escuchados en podcast en el Perú, lo cual señaló que la preferencia de los peruanos se diferencia del promedio en América Latina. Es decir, los audios de “magazine y variedades” son los favoritos de la región, es decir que los contenidos de desarrollo personal, temas de sociedad (política y economía) y negocios; son los predilectos en nuestro país.

Además, de acuerdo a Javier Barraza, country manager de la empresa Redmas, acotó que la mayoría de oyentes en el Perú tiene entre 25 y 45 años, aunque también hay un segmento en crecimiento, el cual es de 15 a 22 años. Recalcó que tanto hombres y mujeres participan de manera equitativa en el consumo de estos productos.



CAPÍTULO III: FUNDAMENTO PROFESIONAL

En el presente capítulo se expone el proceso de desarrollo del podcast Limando Realidades, detallando cada una de las etapas que permitieron concretar su creación. Se presentarán los distintos componentes trabajados durante esta fase, tales como la conceptualización, identidad visual, entre otros elementos fundamentales. Cada aspecto estará acompañado de una breve explicación que permitirá comprender de manera integral cómo se estructuró y materializó el proyecto.

3.1 Concepción de la idea

El podcast Limando Realidades tuvo sus inicios en una sala de asesoría académica, durante el desarrollo del curso Trabajo Profesional I. Al momento de la matrícula, no teníamos una idea clara sobre qué proyecto realizar. Sin embargo, debido a nuestra experiencia previa en el curso Taller de Podcasting y Radio, surgió el interés compartido por crear un programa en conjunto. Nuestra intención era elaborar un espacio que fuera tanto entretenido como informativo. En un inicio, presentamos tres propuestas temáticas.

La primera propuesta se tituló “Juro por Dios y por la Plata Podcast”, un programa de contenido político con un enfoque digerible y dinámico, orientado a un público joven. No obstante, tras presentarla a nuestra asesora, nos indicó que los temas abordados eran demasiado densos y nos brindó la oportunidad de replantear el enfoque.

Nuestra segunda propuesta fue “Un Shot de Contenido Podcast”, centrado en información cotidiana, con una duración de entre cinco a siete minutos por episodio. Este formato buscaba ofrecer datos concretos y de interés general, especialmente relacionados con eventos festivos, manteniendo al público juvenil como audiencia principal. A pesar de ello, la propuesta no nos convencía del todo, por lo que continuamos explorando nuevas ideas.

Fue así como surgió la tercera propuesta, orientada hacia la psicología. Al presentarla a nuestros validadores, uno de ellos nos preguntó: “¿A quiénes les afectan estos problemas?”, a lo que respondimos: “A nosotros”. Luego nos interrogó: “¿Y ustedes, qué son?”, y respondimos: “Limeños”. Fue entonces cuando nos sugirió centrar el enfoque del podcast en la identidad limeña: explorar nuestras características, conductas y cómo somos percibidos por los demás. Esta reflexión nos permitió definir con mayor claridad la dirección temática que queríamos abordar.

A partir de ello, iniciamos la búsqueda de un nombre adecuado para el programa. Tras varias lluvias de ideas, realizamos un focus group con nuestro público objetivo para

recoger sus percepciones y sugerencias. Fue en este proceso que surgió finalmente el nombre Limando Realidades.

Asimismo, durante el curso se trabajaron distintas propuestas gráficas, como el diseño del logotipo, la paleta de colores y las tipografías. Por recomendación de nuestra asesora, se llevó a cabo un focus group (ver Anexo 3) con diez participantes vía Zoom, quienes respondieron a diversas preguntas relacionadas con la identidad visual del proyecto. Uno de los comentarios más destacados fue el acierto en el nombre, al considerarlo original y pertinente. Sin embargo, se observó que en los primeros diseños el término “Realidades” sobresalía más que “Limando”. A raíz de esta observación, se consultó con el docente validador experto, y aunque inicialmente se consideró modificar el diseño, junto con nuestro asesor llegamos a la conclusión de que el nombre completo funcionaba correctamente en su conjunto, por lo que se optó por mantenerlo..

3.2 Proceso creativo y de producción del podcast

Los contenidos del podcast se formulan a partir de una observación detallada de las características culturales, sociales y comportamentales de los limeños. Este proceso incluye investigaciones sobre costumbres, tradiciones, y problemáticas urbanas, además de anécdotas y análisis de situaciones cotidianas. La narrativa se plantea con un enfoque dinámico, cercano y humorístico, buscando generar identificación y reflexión en la audiencia. Por otro lado, el podcast se difunde en plataformas digitales populares como Spotify y YouTube, lo que permite alcanzar una amplia audiencia tanto local como internacional.

Finalmente, la selección final de los episodios que se suben está basada en varios criterios: la relevancia del tema para la audiencia, el nivel de interés que pueda generar, la calidad del contenido grabado y el cumplimiento del estilo narrativo del podcast. Se realiza un proceso de edición en el que se aseguren aspectos técnicos, como el sonido y la fluidez de la conversación. Por último, se evalúa si el episodio refleja adecuadamente la propuesta creativa y cultural del programa antes de ser publicado.

3.3 Estructura de los episodios

La estructura de los episodios de Limando Realidades ha sido cuidadosamente diseñada para lograr un equilibrio entre lo espontáneo y lo planificado, permitiendo que

el contenido fluya con naturalidad sin perder coherencia ni dirección. Cada episodio sigue una pauta clara y dinámica, pensada no solo para mantener la atención del oyente, sino también para reforzar la identidad del podcast como un espacio cercano, reflexivo y, al mismo tiempo, entretenido.

El episodio inicia con una introducción breve y concisa, cuyo propósito es captar rápidamente la atención del oyente y contextualizar el tema que se abordará. Esta primera parte actúa como una puerta de entrada al contenido, y su efectividad radica en su capacidad para establecer el tono del episodio desde los primeros segundos. Aquí, se enuncia el objetivo del capítulo y se presenta la premisa sobre la cual girará la conversación, lo que permite al oyente ubicarse y anticipar el tipo de reflexiones o ideas que se desarrollarán.

Posteriormente, se da paso al cuerpo del episodio, donde se despliega una conversación abierta entre los conductores. Esta sección se caracteriza por su humor lúdico y relajado, lo cual responde a la intención de generar cercanía con la audiencia y propiciar una escucha amena, sin profundidad en el análisis. Aunque el estilo conversacional puede parecer improvisado, cada intervención está guiada por una pauta previa que orienta el desarrollo temático, asegurando así que el episodio mantenga una línea narrativa clara y no se desvíe innecesariamente.

En conclusión, la estructura de Limando Realidades está diseñada para ser funcional y coherente con los hábitos de consumo de podcast del público objetivo. La claridad en el pauteo permite sostener una narrativa fluida sin perder el foco, mientras que el tono y estilo de la conversación favorecen la conexión emocional y la identificación con los oyentes.

3.4 Elección de la duración del podcast

La elección de mantener una duración breve, entre 7 y 12 minutos por episodio, fue una decisión estratégica alineada con los hábitos de consumo del público objetivo: jóvenes con rutinas dinámicas y tiempos de atención reducidos. En un contexto donde la sobreoferta de contenido exige inmediatez y precisión, optamos por un formato ágil, que permita al oyente obtener una dosis concreta de reflexión o entretenimiento sin requerir una inversión de tiempo excesiva. Esta elección también facilitó una mejor retención de

la audiencia, especialmente en aquellos que suelen consumir podcast durante traslados cortos, pausas laborales o momentos libres del día.

3.5 Propuesta de valor de Limando Realidades

El principal diferenciador de Limando Realidades radica en su enfoque híbrido: una combinación de humor lúdico y mirada crítica que permite abordar aspectos de la vida cotidiana limeña desde una perspectiva fresca, accesible y, a la vez, reflexiva. A diferencia de otros podcast que tienden a adoptar una postura informativa o estrictamente opinativa, nuestra propuesta se construye a partir de conversaciones naturales entre amigos, donde se entrelazan experiencias personales, observaciones sociales y comentarios irónicos que conectan directamente con la audiencia.

El valor agregado de Limando Realidades está en su tono: cercano pero consciente, ligero pero no superficial. Utilizamos el humor no como un recurso evasivo, sino como una herramienta para generar identificación y facilitar el pensamiento crítico sobre problemáticas o situaciones propias del contexto limeño. Esta mezcla entre lo anecdótico y lo analítico permite que el oyente no solo se entretenga, sino que también reflexione y se sienta parte de una conversación genuina.

Además, al tratarse de un formato video podcast, potenciamos la experiencia con un lenguaje visual sencillo pero expresivo, que refuerza el carácter espontáneo y auténtico del contenido. Este formato facilita una conexión más directa con la audiencia, que no solo escucha, sino que también ve gestos, reacciones y complicidades que refuerzan el vínculo emocional y la credibilidad del mensaje.

En síntesis, nuestra propuesta de valor se sostiene en la autenticidad del discurso, el uso estratégico del humor lúdico y una mirada crítica sobre la ciudad y sus dinámicas, elementos que nos permiten diferenciarnos en un mercado saturado de voces y formatos repetitivos.

3.6 Elección de temas

El criterio principal para la selección y abordaje de los subtemas en Limando Realidades está centrado en la relevancia cotidiana y en el potencial de generar

identificación con el oyente promedio. Elegimos temas que surgen de la observación constante de los medios de comunicación, redes sociales y experiencias comunes en la vida diaria limeña. Nos enfocamos en aquellas situaciones o comportamientos que, aunque pueden parecer triviales, revelan tensiones, contradicciones o dinámicas sociales propias del contexto urbano actual.

La clave está en abordar estos subtemas desde una óptica crítica, pero con un lenguaje accesible, que permita cuestionar lo establecido sin caer en discursos moralizantes. Así, tratamos asuntos que van desde el transporte público o las relaciones sociales hasta fenómenos culturales o actitudes cotidianas que definen, para bien o mal, la experiencia de vivir en Lima. El objetivo es que el oyente no solo se entretenga, sino que también se sienta representado y motivado a reflexionar sobre lo que muchas veces se da por sentado.

Este enfoque busca mantener un equilibrio entre la profundidad del contenido y la ligereza del tono, de modo que cada subtema pueda ser tratado con el respeto que merece, pero sin perder el estilo distintivo del podcast, basado en el humor lúdico, la complicidad y la crítica constructiva.

3.7 Recursos narrativos

En *Limando Realidades*, los recursos narrativos cumplen un rol fundamental para construir un discurso atractivo, cercano y significativo. Nos apoyamos principalmente en elementos como la anécdota personal, el humor lúdico, la ironía reflexiva y los giros inesperados. Estos recursos permiten que el relato conserve un tono ágil y entretenido, pero sin perder profundidad ni capacidad crítica.

La anécdota personal, por ejemplo, funciona como punto de partida para conectar con el oyente desde la experiencia vivida, generando identificación y autenticidad. El humor lúdico, refuerza situaciones absurdas o exageradas propias del día a día limeño, provocando risa pero también una toma de conciencia.

Buscamos que cada episodio fluya como una conversación espontánea entre amigos, pero estructurada con momentos clave que sorprendan, hagan reír o inviten a reflexionar. Estos recursos narrativos no sólo fortalecen el estilo del podcast, sino que

también contribuyen a construir una voz propia, cercana y coherente con el enfoque de crítica lúdica que define nuestra propuesta.

3.8 Backstage

En la producción de nuestro podcast "Limando Realidades", se cuidaron diversos aspectos técnicos y estéticos para brindar una experiencia cercana y auténtica al público. Si bien tuvimos algunas complicaciones iniciales con el sonido, estas no representaron un impedimento para llevar a cabo el proyecto con éxito.

Trabajamos con un equipo de producción: dos cámaras, micrófonos de condensador, luces LED suaves para mejorar la iluminación y software de edición como Adobe Premiere y Reaper para postproducción de audio y video.

La escenografía fue diseñada cuidadosamente para simular una sala cálida y cómoda, creando un ambiente relajado que invita a la conversación y a la conexión con la audiencia. En cuanto a la vestimenta, optamos por un estilo casual y cotidiano, con prendas de diferentes colores, buscando reflejar naturalidad y generar cercanía con quienes nos escuchan y nos ven. No obstante se creó otra escenografía más adaptada a Lima, la cual se puede visualizar en las imágenes.



Primera escenografía, estilo neutro, con micros condensadores de podcast.



Segunda escenografía con elementos limeños, micros condensadores y televisor con imágenes de Lima.



Set de grabación de podcast, luces, pantalla, micros, laptop para la reproducción del podcast, elementos representativos de Lima.

3.9. Logos:

A medida que avanzábamos en este proceso, surgieron varias ideas que luego plasmamos en papel. Inicialmente, buscábamos elementos que nos representarían personalmente. Sin embargo, decidimos llevar a cabo sesiones de focus group para obtener la opinión de otras personas sobre estos logotipos. Posteriormente, presentamos estas propuestas a nuestro asesor para obtener una segunda validación. A continuación, encontrarán algunas descripciones de los logotipos y la razón detrás de su creación.

Logo 1:



En este logo, quisimos resaltar características de ambos, como por ejemplo: los lentes representativos de Jair, estos fueron colocados en el micrófono de podcast para hacerlo divertido, por otro lado, resaltamos la risa, ya que es característico en Fernanda, este fue colocado como globo de diálogo saliendo del micrófono, finalmente colocamos el nombre del podcast en la parte inferior.

Logo 2:



En esta imagen, se muestra el mapa de Lima, el cual originalmente buscábamos utilizar para causar una primera impresión en el oyente. Sin embargo, nos cuestionamos si las personas realmente conocen el mapa de Lima. Por lo tanto, decidimos realizar modificaciones con el objetivo de hacerlo más amigable y evitar posibles confusiones al verlo por primera vez.

Logo 3:



En esta gráfica, se puede apreciar un cambio en la paleta de colores con el objetivo de crear una apariencia más amigable para los oyentes. El uso del color verde en "Limando" podría evocar la imagen de una lima, mientras que el color celeste representa el mar costero que bordea nuestro litoral limeño. Es importante destacar que se han mantenido las características distintivas de los locutores, como los lentes en el caso de Jair y la representación de la risa en forma de globo de ideas de Fernanda.

Logo 4:



En este visual quisimos variar con el fondo y los colores del logo, ya que es semejante al logo 1, lo que varía son los colores que utilizamos. Queríamos ver las diversas opiniones de nuestro público objetivo, por lo que realizamos un focus group.

3.10. Paleta de colores:



#7ed957

#272525

#38b6ff

#035154

En esta primera etapa, empezamos a implementar una selección de colores que hacían referencia a diferentes aspectos que asociamos con Lima como ciudad.

- #035154:

Se implementó el azul marino para representar la riqueza cultural y arquitectónica de Lima, ya que se utiliza en la decoración de edificios históricos y en la cerámica tradicional de la región.

- #7ed957:

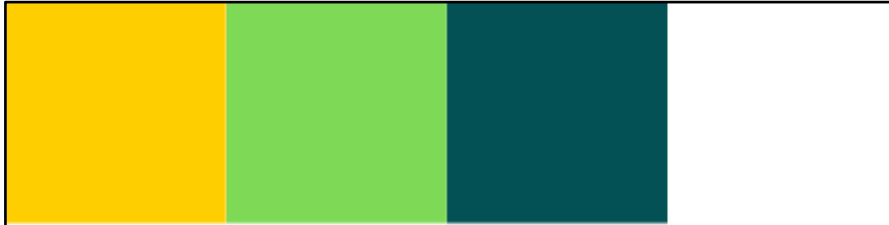
Se seleccionó este color con la intención de hacer referencia a los pocos espacios verdes presentes en Lima como ciudad. Sin embargo, también se reconoce que existe una falta de cultura de sostenibilidad en la población limeña. El uso del color verde puede evocar de manera irónica algo que en Lima está limitado, como es el caso de estas áreas verdes.

- #272525

Con respecto a este color, se buscó utilizarlo como parte del fondo con el objetivo de permitir que los demás colores tomen protagonismo en la imagen. De esta manera, se logra una composición visual equilibrada que facilita la legibilidad y hace que la imagen sea más amigable para nuestros oyentes. El uso de este color en el fondo ayuda a resaltar los elementos principales y a crear un contraste adecuado, lo que contribuye a una mejor experiencia visual para aquellos que interactúan con la imagen.

- #38b6ff

Este tono de color evoca a Lima Metropolitana, la cual se encuentra ubicada en la costa peruana y está rodeada por el Océano Pacífico. Por esta razón, este color puede representar la presencia del mar y las hermosas playas que bordean la ciudad de los reyes.



#ffce00

#7ed957

#035154

#ffffff

Por otro lado, se quiso variar con la paleta de colores a otros más vivos ya que, anteriormente, prevaecía bastante el azul marino, es por eso que en el logo 4 se utilizó el amarillo, verde claro, azul y blanco. Dado que son los colores representativos de la ciudad de Lima.

- #ffce00

Se implementó el amarillo como representación de Lima metropolitana, ya que el palacio municipal, ubicado en el centro de Lima, es de ese color al igual que todo el alrededor del centro.

- #7ed957

Se seleccionó el verde claro con la misma intención de los logos anteriores. Hacer referencia a los pocos espacios verdes presentes en Lima como ciudad. Sin embargo, también se reconoce que existe una falta de cultura de sostenibilidad en la población limeña. El uso del color verde puede evocar de manera irónica algo que en Lima está limitado, como es el caso de estas áreas verdes.

- #035154

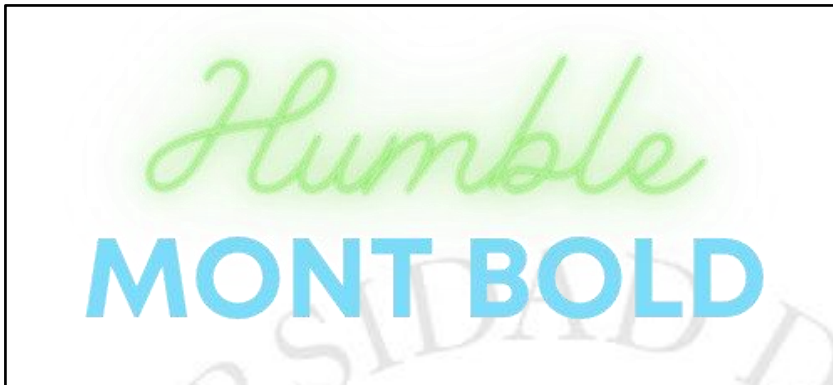
Se implementó el color azul marino, ya que Lima está situada en la costa del Perú y está rodeada por el Océano Pacífico. Por ello, este color puede simbolizar la cercanía del mar y las hermosas playas que rodean la ciudad de los Reyes.

- #ffffff

Se utilizó el color blanco como complemento del logo.

3.11. Tipografía:

Humble Hearts + Mont Bold



Se había utilizado este estilo de tipografía porque creíamos que reflejaba la esencia moderna y dinámica de la ciudad, al mismo tiempo que evoca su conexión con el mar y la tradición cultural. La elección de la tipografía busca transmitir claridad, elegancia y una sensación de cercanía, alineándose con la identidad visual que deseamos proyectar.

Lexend Deca



Se utilizó esta tipografía como complemento para reforzar la identidad visual, aportando modernidad y claridad al diseño.

3.12. Segunda propuesta de logo



La segunda propuesta se centró directamente en el público objetivo, utilizando los conocidos "Memoji" de iPhone. El propósito fue resaltar el carácter divertido del podcast, al igual que las expresiones faciales de los personajes. La intención detrás de esta elección fue subrayar que se trata de un podcast juvenil y entretenido.

3.13. Tipografía

Bangers



Para la segunda propuesta de logo se optó por utilizar una tipografía de estilo neón en el logo para reforzar la identidad visual del proyecto, asociándose con un ambiente dinámico y moderno. Este estilo de tipografía, vibrante y llamativo, refleja el tono divertido y enérgico del concepto, aportando un aire juvenil y fresco. La elección de un diseño neón busca captar la atención del público de manera inmediata, destacando la naturaleza entretenida y distintiva del proyecto.

Alyssum



Se utilizó esta tipografía como complemento para reforzar la identidad visual, aportando modernidad y claridad al diseño.

Por otro lado, creemos que el logo es un símbolo importante en nuestro proyecto, ya que a través de ello nuestro público objetivo nos identificará. Tuvimos algunos

inconvenientes con el ilustrador, ya que no tuvo nuestra propuesta de logo a tiempo, por ello, nuestro nuevo logo sigue en proceso de elaboración. Tenemos algunos bocetos, los cuales estamos revisando junto a nuestro profesor.

A continuación adjunto los bocetos de los logos. Cabe mencionar que los colores y la tipografía son modificables.



Se decidió crear una mezcla representativa de diversos limeños, con el objetivo de generar una identidad visual que fuera a la vez divertida y llamativa. En este proceso, se tomó como referente a Elliot Túpac, un reconocido diseñador gráfico y artista visual peruano, conocido por su capacidad para fusionar elementos de la cultura popular peruana con un enfoque moderno y contemporáneo. Desde sus inicios en 2012, Tupac ha destacado por su estilo único, especialmente en el uso de tipografías llamativas y colores vibrantes, los cuales reinterpretan la estética de la cultura chicha, pero con un enfoque más actual y urbano.

Es importante destacar que, aunque Lima tiene una fuerte vinculación con la cultura chicha, también existe una considerable representación de limeños pertenecientes a los estratos socioeconómicos A y B. Por ello, en el diseño del logo se buscó reflejar una combinación de estas dos influencias culturales, unificando ambos mundos de manera armónica y representativa de la ciudad.

3.14. Logo Final

Tras analizar diversas propuestas e ideas, se logró concretar la siguiente pieza visual, basada en la pregunta: “¿Qué caracteriza a un limeño?”. Al responder a esta interrogante, descubrimos que uno de los elementos más representativos de los limeños es el chullo. Este gorro, con orejeras y tejido en lana de alpaca u otros materiales naturales, se combina frecuentemente con fibras sintéticas. Con la intención de representar el rostro de un limeño, decidimos jugar con el nombre del podcast, formando un rostro mediante este concepto visual. Dado que se trata de un podcast, la palabra “Realidades” aparece en la imagen como un diálogo proveniente de la boca del personaje.

El análisis de la imagen revela un estilo gráfico vectorial, caracterizado por líneas limpias, colores planos y el uso de formas geométricas. Estos elementos sugieren que la composición fue realizada con herramientas digitales, como Adobe Illustrator o programas similares. Asimismo, se pueden identificar referencias culturales andinas, destacadas por el uso del chullo, un símbolo representativo de los Andes, que aporta un contexto cultural significativo. Los patrones tradicionales presentes en el diseño del chullo refuerzan su conexión con la herencia cultural andina.

La tipografía utilizada destaca por su expresividad y creatividad, especialmente en la estilización de las palabras "LIMANDO REALIDADES", que otorgan a la imagen un enfoque moderno y llamativo, resaltando su mensaje principal.

El uso de colores vivos, como rojo, verde, amarillo, azul y rosado, refleja la vibrante tradición cromática de las culturas indígenas andinas, dotando a la pieza de dinamismo y energía. En conjunto, este diseño puede considerarse una obra de arte gráfico cultural contemporáneo, que integra de manera destacada elementos de la iconografía tradicional andina.

Este estilo de arte no se enmarca estrictamente dentro de una escuela artística clásica, sino que representa un ejemplo de arte gráfico contemporáneo con influencias culturales específicas. En su composición, se combinan elementos del diseño gráfico digital con una reinterpretación moderna de los patrones y símbolos tradicionales andinos.

Este trabajo puede vincularse a varias corrientes o influencias artísticas. Por un lado, se puede asociar con el Arte Pop Latinoamericano, debido a su uso de colores vivos, tipografía llamativa y una estética diseñada para conectar de manera directa con el

espectador, características que remiten a las adaptaciones del arte pop en el contexto cultural latinoamericano.

Por otro lado, se puede enmarcar dentro del Arte Neoandino o Identitario, una corriente emergente en las últimas décadas en la que artistas y diseñadores reinterpretan los símbolos y tradiciones de las culturas andinas a través de un lenguaje visual contemporáneo.

Finalmente, desde una perspectiva técnica, el uso de herramientas digitales y el estilo vectorial posicionan esta obra dentro del Diseño Gráfico Digital, diferenciándose de las escuelas artísticas clásicas.



CAPÍTULO IV: LECCIONES APRENDIDAS

Fernanda Pulido

Aprendizaje: “Saliendo de mi zona de confort”

Durante el desarrollo del presente proyecto, he adquirido diversos aprendizajes significativos. Inicialmente, no tenía una idea clara sobre el tema que se abordaría. En un principio, se optó por una temática política, debido al interés de mi compañero de trabajo. Sin embargo, tras la revisión de nuestras pruebas de podcast, la asesora del proyecto consideró que el contenido era demasiado denso y nos sugirió la posibilidad de modificarlo. A partir de esta recomendación, exploramos nuevas temáticas, incluyendo aspectos relacionados con la psicología. En este proceso, consultamos con validadores expertos, quienes nos proporcionaron una nueva perspectiva y nos guiaron hacia la conceptualización final del podcast: "Limando Realidades Podcast", un espacio enfocado en las características del limeño y la percepción que se tiene de él fuera del país.

El curso "Taller de Podcasting y Radio" ofrecido por la universidad fue fundamental en este proceso, ya que permitió comprender los aspectos técnicos y conceptuales involucrados en la producción de un podcast. Entre los conocimientos adquiridos destacan el manejo del audio, el uso de equipos de grabación, la estructuración de guiones, así como la difusión y alojamiento del contenido. Se comprendió que el guión es una referencia para la conducción del programa, más que un libreto rígido que debe seguirse al pie de la letra. Además, se evidenció la importancia de las redes sociales como herramientas clave para la promoción y difusión del podcast, a través de publicaciones y contenido audiovisual en formatos como reels.

A lo largo del curso, los integrantes del equipo tuvimos la oportunidad de participar en la producción de podcasts con diferentes grupos, experimentando tanto el rol de locutor como el de productor y editor. Asimismo, se recibió capacitación en el uso del software Reaper, lo que facilitó la edición de audio desde cualquier ubicación.

En cuanto al proceso de grabación, no se presentaron inconvenientes en la fase de preproducción; sin embargo, se identificaron ciertos desafíos en la producción. En un inicio, el tono del programa resultaba excesivamente informativo, asemejándose a un noticiero, lo que difería de la intención original de hacer un contenido entretenido. Tras recibir retroalimentación de la asesora, se redefinió el enfoque del podcast, optando por un formato más conversacional, espontáneo y dinámico. Se realizaron cinco pruebas de

grabación y, tras diversas iteraciones, se logró una versión final que cumplía con los objetivos propuestos y recibió una mejor aceptación por parte de la asesora.

En una segunda fase del proyecto, el asesor sugirió la incorporación de contenido visual, por lo que se tomó la decisión de desarrollar un podcast audiovisual. La primera grabación en este formato se realizó a través de la plataforma Zoom, debido a restricciones de tiempo. En esta etapa, se identificaron nuevos desafíos, ya que la presencia en cámara exigía una mayor preparación en términos de presentación personal y lenguaje corporal, aspectos que no eran relevantes en una grabación solo en audio. No obstante, debido a dificultades de coordinación de horarios entre los integrantes del equipo, se optó finalmente por continuar con el formato de audio exclusivamente, con distribución a través de Spotify.

Por otra parte, si bien la universidad proporciona acceso a cabinas de grabación con previa reserva, su disponibilidad se ve limitada por el uso académico en horarios regulares de clase. Esta situación presentó dificultades para el equipo, ya que resultaba complicado coordinar horarios de grabación en función de la disponibilidad de las cabinas. Se sugiere que la universidad disponga de espacios exclusivos para estudiantes que desarrollen proyectos de podcast dentro de su formación profesional, lo que facilita el acceso a los recursos necesarios sin las limitaciones actuales.

En conclusión, el desarrollo de este podcast permitió profundizar en la identidad del limeño, explorando sus características y particularidades. Asimismo, gracias a la formación brindada por la Universidad de Lima, se adquirieron conocimientos clave sobre la producción de podcasts y la relevancia de este medio en el ecosistema comunicacional actual. Aunque la radio sigue siendo un formato vigente, el podcasting representa una alternativa innovadora y en constante evolución, con la capacidad de llegar a diversas audiencias.

Jair Ñiquen

Aprendizaje: Potenciar mi identidad

En lo personal, la experiencia que me llevo de este proyecto es muy gratificante, pues es continuo el aprendizaje que he obtenido durante todo el proceso, en el que he crecido como comunicador. El realizar la preproducción, producción y postproducción de un podcast es definitivamente un trabajo arduo.

Durante el ciclo 2022-I llevé el curso de Taller de Podcasting y Radio, el cual me enseñó mucho a locutar, lo cual creía que dominaba a la perfección, ya que había desarrollado un pequeño podcast en pandemia. Sin embargo, en este curso me di con la sorpresa de que no dominaba y tampoco tenía buena dicción, es por ello que durante las horas prácticas empecé a potenciar todo ello, buscar la manera idónea de dar la bienvenida, desarrollar un tema y cómo salir del programa.

Definitivamente una experiencia única, en donde me solté y estuve abierto a tomar en cuenta todos los comentarios, tanto negativos como positivos para mejorar mi locución. En lo personal me agradó mucho vivir la experiencia de realizar un programa de podcast e incluso salir en vivo en la radio de la Universidad de Lima.

En la primera etapa, nuestra asesora nos recomendó escuchar más programas de podcast para guiarnos y de acuerdo a eso formar un estilo único que caracterice Limando Realidades. Luego, estuvimos en un constante miedo de saber si iba a ser del agrado de todo el público, e incluso saber si podíamos dominar un tema en particular con mucha normalidad.

Es ahí en donde nace “Juro por Dios y por la Plata”, el primer nombre que le dimos al podcast, el cual tenía de contenido informar sobre el reglamento del Congreso de la República de manera sencilla con ejemplos cotidianos que solemos vivir. Pero, en conversación con nuestra asesora nos dimos cuenta que era una información muy difícil de recepcionar debido a los términos empleados e incluso íbamos a necesitar de un profesional del derecho para que nos asesore en el entendimiento de cada artículo.

Después, cambiamos a “Un Shot de contenido Podcast”, el cual buscaba brindar información relevante de cualquier tema que sea explicado en pocos minutos, lo cual observamos que no era viable, debido a que no teníamos un público objetivo definido y debido a esto, no sabríamos qué información sería de su interés.

Finalmente, tras comentarle a nuestra asesora en la primera etapa que íbamos a cambiar por tercera vez de tema, nos aceptó la propuesta y es ahí en donde nace Limando Realidades, un podcast de entretenimiento e informativo que busca informar a todos los limeños sobre sus costumbres y características que solemos tener en común.

Con esta temática de podcast nos sentimos a gusto y podemos explayarnos con mucha más fluidez, incluso agregamos a cada dato alguna anécdota en particular.

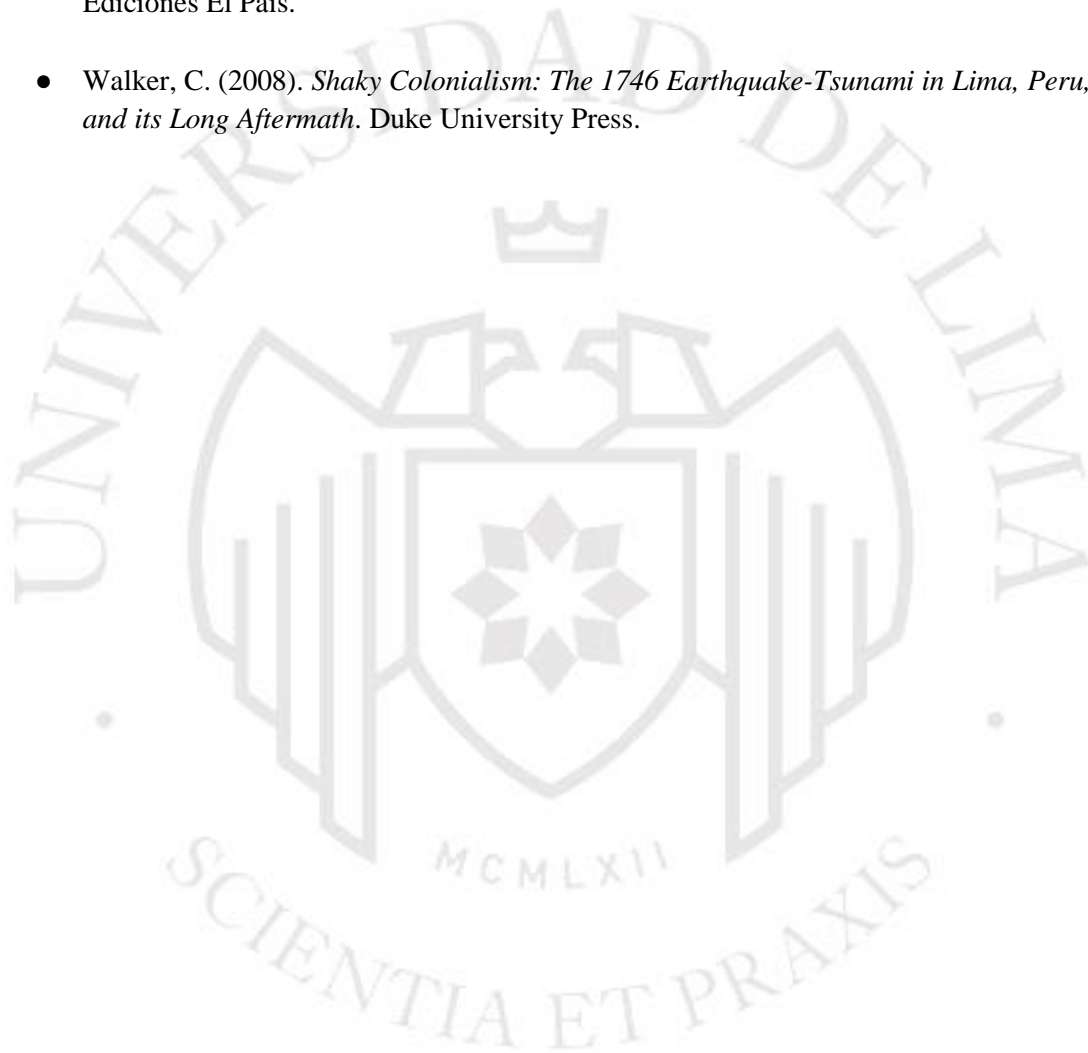


CAPÍTULO V: REFERENCIAS

- Córdor, J. (Mayo de 2019). *Perú: 20% de usuarios de audio digital ya escucha podcasts*. Gestión. <https://gestion.pe/tendencias/20-usuarios-audio-digital-peru-escucha-podcast-267545-noticia/>
- Parodi, J., Niño, A. (2022, Junio 29). “*Calla Cabro*”: *el podcast que se apropió de un insulto violento para luchar por la representación LGBTQ+*. El Comercio Perú. <https://elcomercio.pe/luces/calla-cabro-el-podcast-que-se-apropio-de-un-insulto-violento-para-luchar-por-la-representacion-lgtbq-noticia/>
- Rojas, P. (2019, Abril 25). *La Lima que no vemos*. Ipsos. <https://www.ipsos.com/es-pe/la-lima-que-no-vemos>
- *Redacción Gestión*. (n.d.). Lima entre las ciudades más peligrosas de Latinoamérica para vivir y trabajar. <https://gestion.pe/economia/empresas/lima-ciudades-peligrosas-latinoamerica-vivir-261286-noticia/?ref=gesr>
- Degregori, C. I. (2000). *Qué difícil es ser Dios: El partido Comunista del Perú – Sendero Luminoso y el conflicto armado interno en el Perú (1980–1999)*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Degregori, C. I. (2004). *El apu ausente: Escritos sobre el Perú contemporáneo*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Condiciones de vida en Lima Metropolitana*. <https://www.inei.gob.pe>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Empleo e informalidad laboral en Lima Metropolitana*. <https://www.inei.gob.pe>
- IPSOS. (2016). *Lima como megaciudad*. <https://www.ipsos.com>
- León, J. (2010). *Más allá del sonido: Cultura chicha y ciudadanía informal en el Perú*. Revista Argumentos, 4(2), 45–58. Instituto de Estudios Peruanos.
- Turino, T. (2008). *Music in the Andes: Experiencing Music, Expressing Culture*. Oxford University Press.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Informe Técnico: Condiciones de vida en Lima Metropolitana*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2023). *Empleo e informalidad laboral en Lima Metropolitana*. Recuperado de <https://www.inei.gob.pe>
- Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento (SUNASS). (2023). *Informe de Gestión del Agua Potable en Lima Metropolitana*. Recuperado de <https://www.sunass.gob.pe>
- IPSOS. (2016). *Lima como megaciudad*. Informe técnico.

- Lima Cómo Vamos. (2023). *Informe de percepción sobre calidad de vida en Lima Metropolitana*. Recuperado de <https://www.limacomovamos.org>
- Portocarrero, G. (2013). *Lima: Una historia, muchas ciudades*. Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Tanaka, M. (2020). *La ciudad de los ciudadanos desconfiados: Cultura política y vida urbana en el Perú*. Instituto de Estudios Peruanos.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2018). *The World's Cities in 2018—Data Booklet (ST/ESA/SER.A/417)*. United Nations. Recuperado de <https://www.un.org/en/development/desa/population>
- Ipsos. (2016). *Lima, megaciudad desde el 2016*. Recuperado de <https://www.ipsos.com>
- Lima Cómo Vamos. (2023). *Informe de Calidad de Vida Urbana 2023*. Recuperado de <https://www.limacomovamos.org>
- ONU-Hábitat. (2018). *State of the World's Cities 2018: Prosperity of Cities*. United Nations Human Settlements Programme.
- United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2018). *World Urbanization Prospects: The 2018 Revision*. <https://population.un.org/wup>
- Ansión, J. (2006). *Los nuevos rostros del Perú: Cambios en la identidad cultural*. Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Degregori, C. I. (2004). *El apu ausente: Escritos sobre el Perú contemporáneo*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Tanaka, M., & Vera, S. (2007). *Reformas institucionales y gobernabilidad democrática: Perú 2001–2006*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Crabtree, J., & Thomas, J. (1999). *Fujimori's Peru: The Political Economy*. Institute of Latin American Studies.
- Portocarrero, G. (2008). *Rostros criollos del mal*. Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Tanaka, M. (2001). *Democracia sin partidos: Perú 2000*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Degregori, C. I. (2007). *La década de la antipolítica: Auge y huida de Alberto Fujimori y Vladimiro Montesinos*. Instituto de Estudios Peruanos.
- Driessen, H. (1998). *Rituals of Identity: The Cultural Politics of Ethnicity in Peru*. In S. Nugent & A. Alonso (Eds.), *The Anthropology of Politics: A Reader in Ethnography, Theory, and Critique* (pp. 212–229). Blackwell.
- Matos Mar, J. (1984). *Desborde popular y crisis del Estado: El nuevo rostro del Perú en la década de 1980*. Instituto de Estudios Peruanos.

- De la Cadena, M. (2000). *Indigenous mestizos: The politics of race and culture in Cuzco, Peru, 1919–1991*. Duke University Press.
- Mörner, M. (1985). *El sistema de castas: Historia racial y social del mestizaje en América*. Alianza Editorial.
- Portocarrero, G. (2007). *Racismo y mestizaje y otros ensayos*. Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Varón Gabai, V. (1992). *Francisco Pizarro y la conquista del Perú: Una nueva visión*. Ediciones El País.
- Walker, C. (2008). *Shaky Colonialism: The 1746 Earthquake-Tsunami in Lima, Peru, and its Long Aftermath*. Duke University Press.



CAPÍTULO VI: ANEXOS

ANEXO 1: PRIMERA VALIDACIÓN CON DOCENTES EXPERTOS

Participante 1: Carlos Rivadeneyra

Comentarios sobre la presentación y objetivos comunicacionales:

- Nos recomienda reformular los dos primeros objetivos comunicacionales (en el presente trabajo ya está corregido)
- También nos recomienda segmentar más la temática a trabajar (ya está corregido)

Comentarios sobre el podcast (pequeña prueba)

- Ustedes pueden tratar muchos temas, pero cada episodio puede tratarse de diversas maneras
- Definir una temática para cada episodio
- Nos recomienda decidir el enfoque, para saber cómo se va a tratar, si es a partir de la información que ustedes dos investigan, es a partir de un caso que puede ser una historia, novela, película o testimonio que sacaron para que de ahí se desarrolle el caso.
- Suena el diálogo algo leído, es por ello que nos recomienda marcar un estilo

Participante 2: Orazio Potesta

Comentarios sobre la presentación y objetivos comunicacionales:

- Nos sugirió modificar el tema a “qué es lo que le sucede a un limeño”, de esta manera habría opción de tocar los diversos temas pero en un limeño.
- Le parecieron llamativos los objetivos, pero nos recomendó reformularlos al tema que íbamos a plantear finalmente (ya se corrigió)
- Nos comenta que el contexto amerita un empoderamiento del limeño, frente a diversas situaciones.

Comentarios sobre el podcast (pequeña prueba)

- Nos sugiere que la temática del podcast sea una conversación normal, intercambiando ideas sustentadas
- También nos recomienda al final del podcast adjuntar una claqueta con todas las fuentes, pero que se puedan oír.

ANEXO 2: SEGUNDA VALIDACIÓN CON DOCENTE EXPERTO

Participante 1: Carlos Rivadeneyra

Comentarios sobre el podcast:

- Hay mucho contenido para hablar sobre los temas que presentamos, sólo se debe saber y escoger bien qué contenido abordaremos, en esta misma línea con respecto a cuando empiecen a locutar sobre estos datos, ello debe ser como una conversación entre amigos para que la recepción sea más inmediata con nuestro público objetivo.
- Construir y desarrollar la imagen de dos personajes, tanto como para Jair y Fernanda, en donde puedan ser identificados por sus oyentes con el pasar de cada episodio.
- Ambos locutores se desarrollan con mucha complicidad, en donde hacen que se escuche bien.
- La información que se brinda es clara y rica en datos. Sin embargo, deben hacer una elección de temas que puedan desarrollarse más a profundidad acorde al público que ustedes buscan.
- Me parece bien usar los efectos luego de algunos comentarios, pues de esta manera logran que el público se encuentre expectante.
- Sugiero que luego de cada información, nos brinden algunas anécdotas personales al respecto, para que de esta manera también logren una mayor conexión con sus oyentes.

ANEXO 3:Focus Group

Participantes: personas de 18 a 28 años

Lugar de residencia: Lima

El esquema de este método de investigación fue el siguiente:

Presentación: Somos dos estudiantes de la Universidad de Lima que se encargará de realizar un análisis sobre la viabilidad de nuestro proyecto, podcast, que hemos elaborado para Trabajo Profesional I.

Explicación introductoria: El objetivo de este focus group es recaudar la mayor información sobre nuestro tema. Serán grabados para luego transcribir sus respuestas a nuestro informe final. Este espacio tiene como finalidad un intercambio de ideas y opiniones, siempre con orden y respeto, empecemos.

Rompimiento del hielo

- ¿Cuál es su nombre?
- ¿Cuántos años tienen y qué carrera estudian?
- ¿En qué universidad estudias?

Preguntas generales

- ¿Tienden a escuchar podcast? ¿Qué es lo que más sueles escuchar?
- ¿Dónde sueles escuchar los podcast? ¿Por qué?
- ¿Qué contenido sueles escuchar en los podcast?
- ¿Cuántas horas crees que pasas escuchando podcast?

Preguntas de transición

- ¿Crees que el contenido que se realiza en los podcast tiene alcance?
- ¿Desde cuándo sueles consumir podcast?
- ¿Crees que los podcast brindan buen contenido?, si tu respuesta es sí, danos un ejemplo; pero si es no dinos por qué crees esto.
- ¿Sueles compartir podcast con tus amigos o familiares? ¿Qué tipo de podcast suele ser ese?

Preguntas específicas

- Presentación de nuestro podcast

- ¿Qué te pareció el podcast?
- ¿Qué consideras que tendríamos que mejorar?
- ¿Les pareció entretenido?
- ¿Crees que Limando realidades se refleja en nuestro podcast?

- ¿Consideras que es un nombre llamativo?
- **Presentación de nuestro logo y paletas de colores (cabe resaltar que el logo actual no se presentó, pues a raíz de estas opiniones recién lo modificamos)**
 - ¿Crees que el logo se acomoda al programa?
 - ¿Qué opinas de la paleta de colores? ¿la cambiarían?
 - ¿Estos logos llaman tu atención?
 - ¿Crees que la tipografía es adecuada para nuestro podcast?
 - ¿Si pudieran cambiar algo del logo que sería?

Preguntas de cierre

- ¿Cuál considera que es el aspecto más relevante?
- ¿Hay algo más que quieran añadir?

Feedback:

Preguntas generales:

Con respecto a las preguntas generales, se les preguntó si escuchaban podcast, la mitad respondió que sí, el tipo de contenido que suelen escuchar es comedia, entretenimiento y terror. Lo suelen escuchar camino a la universidad y otros en sus tiempos libres. La plataforma en donde consumen podcast es Youtube y Spotify. Con respecto a cuánto tiempo suelen escuchar podcast respondieron un aproximado de 5h a la semana. También recalcaron que dependía mucho del contenido del podcast, es decir, si les parecía muy entretenido o interesante podían escucharlo por más de una hora.

Preguntas de transición:

Con respecto a las preguntas de transición, les preguntamos si creen que los contenidos que se realizan en los podcast en general tienen alcance, algunos respondieron que sí, ya que lo que normalmente suelen escuchar es de su interés. Otros no tenían muy en claro cuál era el significado de la palabra “podcast”. También les preguntamos qué desde cuándo suelen escuchar podcast y nos dijeron que aproximadamente desde hace 2 años. Por otro lado, nos dijeron que si consideran que los podcast si brindan buen contenido, ya que se adecua a los gustos de cada persona. Por último, preguntamos si suelen compartir los podcast que escuchan con sus familiares o amigos y algunos dijeron que si era algo importante o interesante para otra persona sí, pero otros dijeron que no, ya que consideraban que era algo íntimo.

Preguntas específicas:

Con respecto a las preguntas específicas, presentamos nuestro podcast y luego realizamos las interrogantes. En términos generales, nos dijeron que les gusta la conexión que tenemos (Jair y Fernanda) les pareció entretenido pero a la vez confuso, ya que no sabían si era un podcast informativo o entretenido. Nos comentaron que definamos mejor ese aspecto para no marear al oyente, ya que por momentos nos volvíamos serios y por otros éramos divertidos. Por otro lado, nos dijeron que la música los distraía del contenido, sentían que estaban escuchando algún programa del canal 7 (TV Perú). Nos recomendaron cambiar el sonido de fondo. Por otro lado, les preguntamos si el nombre del podcast (Limando realidades) se adecuaba a nuestro contenido, nos dijeron que sí, pero que resaltemos más el “Limando”, ya que les pareció innovador, por otro lado, el “realidades” sonaba muy serio. Y algunos dijeron que si les pareció llamativo el nombre otros que la palabra “Realidades” los transportaban más a un noticiero. Con respecto al logo, nos dijeron que les gustó más la primera opción, en esa opción tal vez podríamos poner al micrófono “limandose” las uñas, para resaltar el “Limando”, ya que eso fue lo que más les gusto. Con respecto a la paleta de colores la mayoría se quedó con la opción número dos, que era una paleta de colores más clara. Les gustó que el micrófono tenga una personalidad representativa de nosotros. Por el lado de la tipografía, todos coincidieron con la primera opción, ya que era la más llamativa y uno dijo que le recuerda a carteles que se suelen ver en las calles de Lima, como en restaurantes, sets gamers, etc.

ANEXO 4: Focus Group Podcast Limando Realidades 2025

Participantes: personas de 18 a 28 años

Lugar de residencia: Lima

El esquema de este método de investigación fue el siguiente:

Presentación: Somos egresados de la Universidad de Lima y actualmente nos encontramos desarrollando un Trabajo Profesional con el propósito de obtener el título de Licenciatura en Comunicación. Como parte de este proceso, realizaremos un análisis de la viabilidad del podcast que hemos elaborado

Explicación introductoria: El objetivo principal de este focus group es recopilar información relevante relacionada con nuestro tema de investigación. La sesión será grabada con el fin de transcribir posteriormente las respuestas y analizarlas en el informe final. Este espacio está diseñado para promover un intercambio de ideas y opiniones en un ambiente de respeto y orden. Agradecemos de antemano su participación y damos inicio a la sesión.

Rompimiento del hielo

- ¿Cuál es su nombre?
- ¿Cuántos años tienen y qué carrera haz estudiado?
- ¿En qué distrito vives?

Preguntas generales

- ¿Tienden a escuchar podcast? ¿Qué es lo que más sueles escuchar?
- ¿Dónde sueles escuchar los podcast? ¿Por qué?
- ¿Qué contenido sueles escuchar en los podcast?
- ¿Cuántas horas crees que pasas escuchando podcast a la semana?

Preguntas específicas

- ¿Qué fue lo primero que pensaron al escuchar el podcast?
- ¿El título y la introducción lograron captar su atención? ¿Por qué?
- ¿Les pareció interesante y relevante el tema tratado en el episodio?
- ¿Consideran que el contenido fue claro y comprensible?
- ¿Qué opinan sobre la duración del episodio?
- ¿La estructura del podcast les pareció ordenada y fácil de seguir?
- ¿El ritmo de la narración fue adecuado?
- ¿El lenguaje utilizado fue apropiado para el público objetivo?
- ¿El tono de los conductores fue agradable y cercano?
- ¿Se sintieron identificados con el enfoque o con las experiencias mencionadas?
- ¿Creen que este tipo de contenido es necesario o útil para otras personas?
- ¿Recomendarían este podcast a otras personas? ¿Por qué?
- ¿Qué mejorarían del producto final?

Feedback:

Preguntas generales:

En relación con las preguntas generales, se consultó a los participantes si escuchaban podcast. La mayoría respondió afirmativamente, señalando que los géneros que consumen con mayor frecuencia son comedia y entretenimiento. Indicaron que suelen escucharlos durante sus desplazamientos hacia su trabajo o casa y/o en sus tiempos libres.

Las plataformas más utilizadas para consumir este tipo de contenido son YouTube y Spotify, debido a su fácil acceso y variedad de opciones. En cuanto al tiempo promedio de escucha semanal, los participantes indicaron que dedican alrededor de cinco horas a esta actividad. Sin embargo, este tiempo puede incrementarse significativamente cuando el contenido del podcast se alinea con sus intereses personales o les resulta especialmente atractivo, lo que motiva una escucha prolongada y sostenida.

Preguntas específicas:

La recepción del podcast fue en general positiva por parte de los participantes. Desde el inicio, tanto el título como la introducción lograron captar su atención, ya que generaron curiosidad y expectativa sobre el contenido. Consideraron que el tema abordado fue interesante y relevante, con un enfoque claro y comprensible. Además, valoraron que la duración del episodio fuera breve, ya que prefieren podcast concisos que no aborden demasiados temas a la vez, evitando así cortes innecesarios que puedan afectar la continuidad. La estructura les pareció ordenada y fácil de seguir, con un ritmo de narración adecuado y un lenguaje accesible y apropiado para el público objetivo. Destacaron también el tono cercano y ameno de los conductores, lo cual facilitó la conexión con el contenido. Varios participantes mencionaron que se sintieron identificados con los ejemplos utilizados, lo que los hizo sentirse parte de la conversación. Consideran que este tipo de contenido es útil para otras personas y estarían dispuestos a recomendarlo. Como sugerencia, indicaron que sería importante mantener la duración controlada y centrarse en un solo tema por episodio para conservar la atención del oyente.

Ñiquen Ticona/ Pulido Panizo

Informe Turnitin

 Quick Submit

 Quick Submit

 Universidad de Lima

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3295998023

Fecha de entrega

14 jul 2025, 9:06 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

14 jul 2025, 9:12 p.m. GMT-5

Nombre de archivo

VersiA_n_Final_Tesis.docx

Tamaño de archivo

8.4 MB

53 Páginas




11.804 Palabras

66.859 Caracteres

11% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

- 10%  Fuentes de Internet
- 3%  Publicaciones
- 5%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 10% Fuentes de Internet
- 3% Publicaciones
- 5% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	hdl.handle.net	3%
2	Internet	gestion.pe	<1%
3	Internet	conectados.ulima.edu.pe	<1%
4	Internet	elcomercio.pe	<1%
5	Trabajos del estudiante	Universidad San Ignacio de Loyola	<1%
6	Internet	es.unionpedia.org	<1%
7	Internet	www.coursehero.com	<1%
8	Trabajos del estudiante	Universidad Nacional Mayor de San Marcos	<1%
9	Internet	www.researchgate.net	<1%
10	Internet	repositorio-anterior.ulima.edu.pe	<1%
11	Internet	revistaliberabit.com	<1%

12	Trabajos del estudiante	Graduate Institute of International and Development Studies	<1%
13	Internet	derechoperuano.blogspot.com	<1%
14	Trabajos del estudiante	Erasmus University Rotterdam	<1%
15	Trabajos del estudiante	Universidad del Atlántico Medio	<1%
16	Trabajos del estudiante	Desarrollo Educativo S.A. Instituto Toulouse Lautrec	<1%
17	Trabajos del estudiante	Pontificia Universidad Catolica del Peru	<1%
18	Internet	dspace.cuni.cz	<1%
19	Trabajos del estudiante	University of Newcastle upon Tyne	<1%
20	Internet	revistaturismoypatrimonio.com	<1%
21	Internet	tesis.pucp.edu.pe	<1%
22	Internet	www.computerworld.es	<1%
23	Internet	www.ipsos.com	<1%
24	Internet	repositorio.usil.edu.pe	<1%
25	Internet	www.scribd.com	<1%

26	Trabajos del estudiante	London School of Economics and Political Science	<1%
27	Publicación	Lu Huang, Jianguo Wu, Lijiao Yan. "Defining and measuring urban sustainability: ...	<1%
28	Internet	pdfs.semanticscholar.org	<1%
29	Trabajos del estudiante	Universidad Científica del Sur	<1%
30	Trabajos del estudiante	uncedu	<1%
31	Internet	www.scielo.org.co	<1%
32	Internet	ww.idg.es	<1%
33	Internet	pt.scribd.com	<1%
34	Internet	www-origin.dw-world.de	<1%
35	Internet	www.lamusica.emol.com	<1%
36	Internet	www.panda.dk	<1%
37	Internet	www.sipiapa.org	<1%
38	Internet	lagaceta-digital.com.ar	<1%
39	Internet	www.cyberline.com.pe	<1%

40	Internet	www.senamhi.gob.pe	<1%
41	Internet	www.slideshare.net	<1%
42	Internet	www.thepopularnews.com	<1%
43	Publicación	"Columbia School Linguistics in the 21st Century", John Benjamins Publishing Co...	<1%
44	Internet	1library.co	<1%
45	Internet	biblio.flacsoandes.edu.ec	<1%
46	Internet	discovery.ucl.ac.uk	<1%
47	Internet	edoc.pub	<1%
48	Internet	vsip.info	<1%
49	Internet	www.desenredando.org	<1%
50	Internet	www.e-lecciones.net	<1%
51	Internet	www.itc.edu.kh	<1%
52	Internet	www.rctv.net	<1%
53	Internet	www.velvetrockmine.com.ar	<1%

54

Publicación

Agustín Espinosa, Erika Janos, Martín Mac Kay. "Chapter 9 Indigenous Political Pa... <1%

55

Publicación

"The International Handbook of the Demography of Race and Ethnicity", Springer... <1%