

READY TO GROW. UN PÓDCAST SOBRE FITNESS Y SALUD.

(<https://youtube.com/@readytogrownnoelia?si=3dsombgs5-n07S4i>)

<https://open.spotify.com/show/1Rqfqwbxdfs2mqAUNxMp1?si=JkSP6ZPcRbimyT8gihy6mQ>

Noelia Díaz Ramírez

RESUMEN: Este proyecto consiste en la creación de un podcast llamado "Ready to Grow", desarrollado por Noelia Díaz, que aborda temas relacionados con los avances, controversias y atletas en el ámbito del fitness. La propuesta incluye una documentación detallada que delimita conceptualmente el proyecto y lo organiza en fases de producción. El podcast tiene como objetivo invitar al público a explorar las historias de diversos atletas emergentes en áreas como el culturismo, trastornos alimenticios, nutrición, emprendimiento y crecimiento personal en el mundo del fitness. A través de conversaciones naturales y orgánicas, se tratan temas como preparaciones, salud mental, competiciones y emprendimiento en el deporte, siguiendo el lema "ready to grow, ready to glow".

PALABRAS CLAVE: Fitness, podcast, entrenamiento, nutrición, salud.

Trabajo de Fin de Grado - Curso 2023-2024

Convocatoria: Junio

Tutor: David García- Marín

Grado: Comunicación Audiovisual

Campus de Madrid

Universidad Rey Juan Carlos

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
1.1 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA	4
1.1.1 <i>Objeto de estudio</i>	5
1.1.2 <i>Objetivos del trabajo</i>	6
1.1.3 <i>Temas a tratar</i>	6
1.2 PÚBLICO OBJETIVO	7
1.3 METODOLOGÍA	7
2. MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL PÓDCAST	8
2.2. VENTAJAS E INCONVENIENTES DEL PÓDCAST.....	10
2.3. LA PLATAFORMA SPOTIFY	12
3. PROGRAMA PILOTO.....	13
3.1. PREPRODUCCIÓN	13
3.1.1. <i>Idea y planteamiento</i>	13
3.1.2. <i>Manual de identidad y aspectos formales</i>	14
3.1.3. <i>Recursos y plan de grabación</i>	22
3.1.4. <i>Creación de RR.SS. y canal de distribución</i>	30
3.2. PRODUCCIÓN	42
3.2.1. <i>Grabación</i>	42
3.3. POSTPRODUCCIÓN	43
3.3.1. <i>Organización y selección del material</i>	43
3.3.2. <i>Montaje y edición</i>	44
3.3.3. <i>Plataformas y RR.SS.</i>	46
3.4. RESUMEN DEL CAPÍTULO	51
4. CAPÍTULO DOS	52
4.1. PREPRODUCCIÓN	52
4.1.1. <i>Idea y planteamiento</i>	52
4.1.2. <i>Recursos y plan de grabación</i>	52
4.2. PRODUCCIÓN	56
4.2.1. <i>Grabación</i>	56
4.3. POSTPRODUCCIÓN	57
4.3.1. <i>Organización y selección del material</i>	57
4.3.2. <i>Montaje y edición</i>	57
4.3.3. <i>Plataformas y RR.SS.</i>	58
4.4. RESUMEN DEL CAPÍTULO	61
5. CAPÍTULO TRES.....	62
5.1. PREPRODUCCIÓN	62
5.1.1. <i>Idea y planteamiento</i>	62
5.1.2. <i>Recursos y plan de grabación</i>	62
5.2. PRODUCCIÓN	69
5.2.1. <i>Grabación</i>	69
5.3. POSTPRODUCCIÓN	70
5.3.1. <i>Organización y selección del material</i>	70
5.3.2. <i>Montaje y edición</i>	70

5.3.3. Plataformas y RR.SS.	71
5.4. RESUMEN DEL CAPÍTULO	73
6. CAPÍTULO CUATRO.....	75
6.1. PREPRODUCCIÓN	75
6.1.1. Idea y planteamiento.....	75
6.1.2. Recursos y plan de grabación.....	75
6.2. PRODUCCIÓN	80
6.2.1. Grabación	80
6.3. POSTPRODUCCIÓN	81
6.4. RESUMEN DEL CAPÍTULO	84
7. CAPÍTULO CINCO.....	86
7.1. PREPRODUCCIÓN	86
7.1.1. Idea y planteamiento.....	86
7.1.2. Recursos y plan de grabación.....	86
7.2. PRODUCCIÓN	90
7.2.1. Grabación	90
7.3. POSTPRODUCCIÓN	91
7.4. RESUMEN DEL CAPÍTULO	93
8. CONCLUSIONES.....	94
9. BIBLIOGRAFÍA	95
10. ANEXOS	96
10.1. FICHA TÉCNICA.....	96
10.2. ENLACES A LOS EPISODIOS EN YOUTUBE Y SPOTIFY.....	97

1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es una propuesta detallada de un proyecto de carácter práctico en formato pódcast que se ha llevado a cabo, acerca de los avances, controversias y atletas de la esfera fitness. Se establecerá una documentación, donde se abordarán las delimitaciones conceptuales necesarias y se conformará el proyecto por fases de producción.

Asimismo, este pódcast invita al público objetivo a explorar las historias de diversos atletas nacientes, vertientes como el culturismo, trastornos alimenticios, nutrición, emprendimiento y crecimiento en el mundo del fitness. “Ready to Grow” es el podcast fitness de Noelia Díaz en el que se habla con atletas y otros profesionales como nutricionistas, psicólogos, entrenadores o emprendedores sobre preparaciones, salud mental, competiciones o emprender en el deporte y otros temas de una forma natural y orgánica bajo el lema “ready to grow, ready to glow”.

1.1 Justificación del tema

La realización de un pódcast basado en la actualidad de los personajes que conforman el mundo fitness se justifica, en primera instancia, por la demanda e intereses que proporciona este sector: nuevas corrientes deportivas, la vida de los personajes influyentes de este ámbito, las ventajas y posibilidades que ofrece, falsos mitos, etc.

El fitness es una industria en continuo cambio y expansión, con un público muy amplio y leal. Por lo tanto, el desarrollo de este proyecto puede no solo satisfacer las necesidades de la audiencia, sino también beneficiar a los expertos y profesionales establecidos en el sector, con el objetivo de conocer a otros protagonistas y aumentar las posibilidades estratégicas.

Además, este proyecto puede ser una herramienta para inspirar a aquellos interesados en crear un equipo de atletas, una marca de productos deportivos, un gimnasio o comenzar a entrenar. Proporcionando experiencia, conocimientos

y recomendaciones para desarrollar estrategias efectivas y evitar errores. Así, servirá como fuente de conocimiento para aquellos que deseen conocer las tendencias actuales del sector.

Por último, se promoverá una relación más cercana entre los creadores del podcast y la audiencia a través de las redes sociales, permitiendo que los oyentes contribuyan con sus propias ideas y colaboren en proyectos, asegurando así un *feedback* enriquecedor.

1.1.1 Objeto de estudio

El objeto de estudio de este Trabajo de Fin de Grado son las tendencias que engloban la realidad social del deporte de gimnasio en la actualidad y cómo se vive de forma profesional y amateur, centrándose de forma concreta en atletas, preparadores, nutricionistas y emprendimiento deportivo. El fitness es una industria en constante evolución y crecimiento con un público muy amplio y fidelizado que no para de crecer de forma exponencial. Por ello, el desarrollo de este trabajo no solo puede contribuir a la satisfacción de necesidades de la audiencia, sino también de los expertos y profesionales consolidados en el sector; con la finalidad de aumentar su campo de conocimiento y curiosidad.

Por otro lado, puede servir de herramienta tanto para generar motivación en aquellos interesados en comenzar en el deporte o que se planteen la creación de un equipo de asesorías y competición como para aportar experiencia, conocimientos y recomendaciones para desarrollar estrategias efectivas y evitar así posibles errores.

Además, pretende proporcionar información acerca de una amplia gama de temáticas, tales como la salud mental, física y social, la gestión empresarial, la realidad de los atletas o el desarrollo personal, entre otras. Por tanto, también servirá como fuente de conocimiento para informar a meros oyentes, cuyo objetivo sea conocer las tendencias que engloban la realidad actual. Asimismo, se fomentará un vínculo más estrecho entre los creadores del pódcast y la audiencia, a través de la creación de redes sociales en las que se interactuará

con el público y se mostrará algo más acerca del día de día de los invitados y la entrevistadora, también atleta y trabajadora en el ámbito del deporte de competición.

1.1.2 Objetivos del trabajo

El presente Trabajo de Fin de Grado es de carácter práctico y, por tanto, el primer objetivo es desarrollar las habilidades técnicas necesarias para la creación del mismo. Es decir, se pretende aprender y mejorar las capacidades relacionadas con la locución, la grabación o edición del audio y video. Así como el control y uso de plataformas como Spotify o YouTube.

El segundo objetivo es crear un pódcast para plataformas públicas (Anchor, Spotify, Apple Podcast, YouTube) y contenido de alta calidad, el cual, hace referencia a la producción de los episodios del pódcast. Cada episodio introducirá entrevistas con profesionales del sector que proporcionarán información atractiva y valiosa para la audiencia. Por tanto, el desarrollo de este trabajo contribuirá al conocimiento en este campo.

Por último, la ejecución de los diferentes episodios permitirá analizar la evolución del proyecto y evaluar su impacto. Por ello, el tercer objetivo es comprobar si los recursos han sido empleados adecuadamente y se han mejorado a lo largo de la producción.

1.1.3 Temas a tratar

Es fundamental destacar que, todos los temas se tratarán en base a la experiencia de los propios entrevistados, por lo que, a pesar de que el proyecto trate sobre el fitness a nivel global, la temática se centrará más en unos aspectos u otros en función de la disponibilidad de los colaboradores y las vivencias y aprendizajes que decidan compartir.

A pesar de ello, cabe mencionar que, para los primeros cinco episodios se han buscado invitados de los cuatro ámbitos principales que se quieren tratar:

deporte de competición, nutrición, trastornos alimenticios y emprendimiento fitness. Respecto al ámbito competitivo, se ha buscado la mayoría de información dentro del sector de gimnasio y culturismo, pero también era necesario incluir algún deporte olímpico y reconocido internacionalmente como ha sido el caso del karate.

1.2 Público objetivo

Este trabajo de fin de grado está dirigido a un público diverso. Puede resultar interesante tanto para deportistas como para aquellos que simplemente desean aprender sobre deporte, salud y la vida de los atletas como *influencers*. Como se ha mencionado, con el auge que ha habido en este sector durante los últimos años, los falsos mitos e información contradictoria que abunda en las redes es innumerable. Por lo tanto, este pódcast podría arrojar algo de luz sobre tanta controversia y aclarar algunas pautas importantes, así como motivar a los jóvenes a interesarse y practicar estos deportes, enfocándose más en la información que en el entretenimiento.

Por otro lado, también está el aspecto del entretenimiento. Hay un amplio público que no practica deportes, o al menos no de forma competitiva, pero disfruta escuchando o viendo la vida de los atletas, su progreso o las grandes metas que logran. Lo que supone que el pódcast es adecuado para todos los públicos y no tiene una edad mínima para su audiencia.

A pesar de ello, si hubiera que crear un *buyer* persona sería, sin duda, una mujer de entre 15 y 37 años que se interesa por el mundo del fitness y está introducida en sus hábitos de algún modo de forma amateur.

1.3 Metodología

La metodología empleada para el desarrollo del presente trabajo consiste en la realización de entrevistas a diferentes personajes y agentes de la industria fitness que, se han grabado en estudio en formato audio y video.

El pódcast está compuesto de cinco capítulos que guardan una estructura similar. Con este proyecto se busca crear contenido de calidad que entretenga a la audiencia y aclarar temas controvertidos sobre el asunto que compone a través de la publicación del pódcast y otro contenido como *Reels* de Instagram o *TikTok's*.

“Ready to Grow” pretende ser una forma de entretenimiento que también sirva como documentación y aprendizaje para los que se están iniciando en este mundo, así como para los más avanzados.

2. MARCO TEÓRICO

Para iniciar el desarrollo de este proyecto, es fundamental llevar a cabo un estudio preliminar sobre el mundo del pódcast y su entorno. Este análisis contribuirá a perfeccionar la creación de “Ready to Grow”.

Este procedimiento será muy útil cuando se lance el proyecto en las principales plataformas. Gracias a esta investigación, los oyentes podrán disfrutar de un resultado más completo y profesional, aspirando a estar al nivel de la competencia en el ámbito del pódcast.

2.1. Origen y evolución del pódcast

En primer lugar, es fundamental pasar por el proceso de delimitación y definición conceptual para abordar en profundidad un objeto de estudio concreto. Según Sellas (2011), el término "pódcast" surge de la combinación de los conceptos "iPod" (que transporta información y archivos sonoros a través de la red RSS, permitiendo la difusión de contenidos actualizados a un reproductor específico)

y "broadcasting" (que hace referencia a la emisión de programas radiofónicos). Sellas también señala que el término tiene una doble dimensión, ya que se refiere tanto al "continente como al contenido" (2011, pp. 19-20).

Cangialosi (2008, p. 34) describe el "podcasting" como una actividad que permite al emisor concentrar su mensaje y al oyente suscribirse a él. Por otro lado, Berry (2006, p. 144) considera que este término representa una "tecnología disruptiva" que ha transformado por completo el negocio de la radio y ha llevado a reconsiderar prácticas preconcebidas sobre los modos de consumo, producción y distribución.

El término "pódcast" fue acuñado por primera vez en febrero de 2004 por un periodista del diario británico *The Guardian*, aunque fue materializado inicialmente por Dave Winer en enero de 2001. En términos semánticos, un pódcast se puede definir como un canal de comunicación y expresión en formato audio, donde profesionales o especialistas debaten sobre una temática específica con plena libertad de expresión, ofreciendo al público la posibilidad de consumir el contenido en el momento que considere más conveniente. Ramos y Caurcel (2011) destacan esta característica como el elemento diferenciador de este formato respecto a otras plataformas.

López Vidales y Gómez Rubio (2014) también subrayan la libertad de redacción, locución y creación del contenido como una clave diferenciadora del pódcast, señalando que este medio no está sujeto a libros de estilo o limitaciones temporales como los programas convencionales (Parlatore et al., 2020).

En cuanto a su origen, podría situarse inicialmente en los audio-blogs y, posteriormente, en el *streaming*, lo que impulsó a muchos individuos y empresas a lanzar proyectos radiofónicos en línea. Sin embargo, es crucial mencionar el "proceso de digitalización, que incluye la creación de redes RSS o P2P, permitiendo la distribución masiva y descarga directa de audios y videos sin necesidad de acudir a emisoras, estableciendo así un flujo comunicativo entre los usuarios" (Pérez, J.I.G, 2010).

Apple podría ser, según la propia compañía (2008), la primera firma que impulsó la inclusión de un soporte disponible para pódcast bajo la denominación de

“iTunes”, cuya fecha data de 2005. Aludiendo a dicho proceso de digitalización y el desarrollo de las nuevas tecnologías, es necesario apuntar que “trajeron consigo herramientas que facilitaron y mejoraron el vínculo creado entre emisores y receptores en cualquier forma de comunicación, dotándola de eficacia y sencillez” (Moreno, 2015).

En este sentido, tal y como apuntan Scolari, Aguado y Feijoó (2013), los medios de comunicación masiva se vieron obligados a adaptarse a dicho proceso disruptivo y emergente para ceñirse y adaptarse a las nuevas formas de consumo y necesidades de las audiencias como nueva estrategia comunicativa y de negocio. De hecho, las nuevas tecnologías pusieron fin a la unidireccionalidad de los mensajes y promociones, para establecer flujos de comunicación interactivos, bidireccionales, conversacionales y continuados (Jiménez, 2012).

Esta transformación digital e irrupción de Internet provocó que las empresas buscaran nuevas formas de acercarse a los usuarios para comunicar su identidad (Rojas y Redondo, 2013), cuya imagen ha de entenderse como sinónimo de los valores que rigen la organización, cultura, reputación y responsabilidad social (Morató, 2011).

2.2. Ventajas e inconvenientes del pódcast

A modo de enlace de este apartado, estas serían las principales ventajas e inconvenientes que encontramos a la hora de realizar un pódcast. Como todo proceso audiovisual, esta opción presenta beneficios destacados y algunas desventajas que es necesario detallar.

En primer lugar, centrándose en las ventajas, es esencial resaltar los principales beneficios de producir un pódcast. Una de las ventajas clave es la libertad de creación en la realización del proyecto. Este no está sujeto a ninguna condición horaria ni a un abanico específico de temas. En caso de realizar un proyecto propio que no forme parte de ningún medio de comunicación, hay una total

libertad para elegir el tema a tratar, así como el horario y la frecuencia con los que se van a emitir los diferentes capítulos del programa. Además, en este caso, el autor del proyecto no necesita la aprobación de ningún medio tradicional, lo que facilita la creación de trabajos propios y permite explotar la creatividad personal.

Otra ventaja es la posibilidad de escuchar el proyecto en cualquier sitio y sin necesidad de renunciar a llevar a cabo cualquier otra actividad. El pódcast puede ser escuchado en cualquier lugar sin necesidad de estar en un lugar específico para una emisora determinada. Incluso es posible consumir el producto sin conexión a internet, ya que la mayoría de las plataformas permiten la opción de descarga del contenido sonoro.

Cabe destacar el aumento de visibilidad y posicionamiento en la red. Un proyecto de estas características provoca un incremento de la difusión, lo que hace posible que llegue a miles de oyentes. De esta forma, también es conveniente resaltar la facilidad de conexión entre los oyentes y el emisor, ya que, al tratarse de temas específicos, hay ciertos puntos de conexión que suscitan un mayor interés en el oyente.

Por último, una de las cuestiones que lo diferencia de la radio es la posibilidad de volver a reproducir ciertas partes del contenido. Esta es una de las razones por las que es más común encontrar documentales en este formato que en los programas radiofónicos. Además, gracias a este *input*, el pódcast permite abordar temas con un mayor grado de complejidad.

Por otro lado, también presenta algunos inconvenientes importantes. En primer lugar, la barrera principal es la comunicación unidireccional. Esto significa que no es posible recibir comentarios o *feedbacks* de los oyentes. Esta limitación de la interacción del oyente hacia el emisor y creador del pódcast implica que la única forma de conocer la opinión de los oyentes es a través de los índices de reproducción y difusión del mismo.

Además, al realizar un tipo de formato, que en la mayoría de los casos se lleva a cabo de manera autónoma e incluso individual, es necesario contar con

conocimientos básicos sobre el proceso de preproducción, producción y postproducción para que el proyecto sea lo más completo y de la mayor calidad posible. Esto supone la necesidad de ampliar los conocimientos en la materia.

El pódcast carece de un sistema de inmediatez. Esto quiere decir que, debido a su proceso de preproducción, producción y postproducción, desde el momento de su elaboración hasta la llegada al oyente transcurre un tiempo considerable. Por ello, el pódcast no es el medio adecuado para transmitir información de última hora o conocer noticias de forma inmediata.

Además, si se busca crear contenido de valor, es necesario contar con buenos equipos que faciliten una buena calidad sonora. La mayoría de los instrumentos que se utilizan suelen ser de alto coste, por lo que en muchos casos el *podcaster* se ve obligado a prescindir de esos instrumentos a costa de obtener un resultado de menor calidad.

2.3. La plataforma Spotify

Spotify es una de las plataformas más utilizadas, por no decir la que más, por la población para el disfrute de contenidos sonoros. La plataforma nace en 2006 en Suecia, creada por Daniel Ek. Esta permite a los artistas subir sus producciones musicales para que los usuarios de la plataforma puedan disfrutarlas. En sus comienzos, Spotify fue creada como una aplicación para poder escuchar música online a través del ordenador. Pero con el paso de los años y las innovaciones en las nuevas tecnologías, la plataforma no se quedó atrás y ha ido incorporando actualizaciones para que sus usuarios puedan compaginar la música que escuchan con sus redes sociales y disfrutar de las interacciones entre diferentes aplicaciones que ofrecen hoy en día las tecnologías (Bastero, 2022).

Es en 2019 cuando Spotify anuncia la adquisición de dos empresas dedicadas a la creación de pódcasts (Gimlet Media y Anchor) para impulsar este nuevo formato de comunicación que emergía poco a poco. El principal objetivo de esta estrategia consistía en desarrollar una nueva forma de consumo de su negocio.

Esta estrategia ha demostrado ser un gran acierto, pues el formato *podcasting* sigue cobrando cada vez más fama y popularidad (Bastero, 2022).

La incorporación de los pódcasts en Spotify ha sido una de las causas que han ayudado a que este formato cada vez tenga más audiencia, ya que es la plataforma de música en *streaming* más utilizada en todo el mundo. Además, facilita la posibilidad de escuchar programas favoritos a cualquier hora y en cualquier lugar. Con Spotify, es más cómodo para los usuarios consumir este formato, pues tienen todo en una misma aplicación, desde su música favorita a infinidad de distintos programas con diversas temáticas que pueden disfrutar. Y ya no solo da facilidades a los usuarios para acceder al contenido, sino que también aporta grandes comodidades a los creadores, concediéndoles gran libertad para expresar y comunicar con sus programas. En la actualidad, Spotify cuenta con una lista de importantes *podcasters* que generan contenido exclusivamente para la plataforma con el objetivo de captar la atención de sus usuarios con programas exclusivos (Bastero, 2022).

3. PROGRAMA PILOTO

3.1. Preproducción

3.1.1. Idea y planteamiento

“Ready to Grow” pretende ser un espacio de divulgación en el que se traten temas como el fitness, la obsesión, el emprendimiento o la disciplina dentro del ámbito deportivo. Esto se consigue a través de un formato conversacional en el que se habla con profesionales del sector como atletas, entrenadores o nutricionistas.

El planteamiento inicial debe contemplar la elección de los invitados y los temas a tratar, siguiendo un orden lógico y que presente los valores e identidad del programa. Se van a presentar cinco programas publicados, aunque la intención es, sin duda, continuar con el proyecto. Por ello, la primera invitada será alguien que represente las ideas principales del mismo: Marta Búrdalo. Marta es una

atleta profesional de culturismo que compite en 'bikini fitness' y que ha estado en el mismo papel que la mayoría de las jóvenes que comienzan a entrenar pesas. Desinformación, mitos, trastornos, obsesiones y muchos errores han sido antecedentes de la gran carrera como 'bikini', *influencer*, entrenadora y emprendedora de la atleta. Una actitud sobresaliente, con ganas de compartir su aprendizaje tras haber pasado una depresión y una etapa de sentirse perdida y fuera de lugar, ahora Marta muestra su evolución y responde a ciertas controversias que pueden ser de gran ayuda.

3.1.2. *Manual de identidad y aspectos formales*

Asimismo, se ha establecido el manual de identidad del proyecto. Este documento detalla los requisitos y herramientas esenciales que componen el estilo del proyecto, así como los elementos visuales necesarios para su correcta implementación. De esta manera, incluye las directrices específicas de trabajo, la aplicación de colores en espacios audiovisuales y el uso de tipografías específicas para cada canal de difusión o infografías. La intención informativa de estas directrices es asegurar la función educativa y divulgativa del proyecto, representando una unidad en los criterios comunicativos y de difusión pública. En cuanto al pódcast "Ready to Grow", se deben seguir ciertos parámetros para evitar errores y asegurar un uso adecuado del proyecto. Esto se basa en un logotipo, tipografías y colores corporativos específicos, evitando así la distorsión del mensaje visual y proporcionando una sensación de orden y jerarquía en la identidad.

- Logotipo

El logotipo es la identidad del pódcast en su conjunto, pues sus elementos constitutivos engloban la definición del proyecto, y es un componente clave de reconocimiento en la audiencia. Además, es el identificador de uso común en todas las plataformas y formatos en los que esté presente. Del mismo modo,

posee unas medidas con exactitud que han de ser respetadas, para el esquivo de posibles deformaciones de la identidad visual en su totalidad.

El logotipo está formado por el nombre del proyecto en los colores corporativos y las tipografías correspondientes, sobre un fondo negro que se difumina a magenta. El nombre de la autora que lo firma se puede observar en la esquina inferior izquierda, creando una diagonal con las estelas de luz que protagonizan la esquina superior derecha del logo y equilibran la figura. En el centro de la imagen (3000px x 3000px), y debajo del nombre del programa, se superpone la imagen de Noelia como figura principal. Viste con un mono deportivo del color corporativo, y el resto de los tonos de la imagen se complementan con los de la figura. Se realizó a través de la página web de Canvas.

La imagen se realizó con una cámara Nikon d7500 y la ayuda del periodista de motor Rodrigo García Vita que tomó las fotografías, un aro de luz básico de Amazon y se editó y convirtió a formato '.png' con Adobe Photoshop 2023.



Imagen 1. Logotipo de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 2. Fotografía corporativa de la creadora de “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.



Imagen 3. Fotografía corporativa de la creadora de “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.

- Colores corporativos

Respecto a la gama cromática, siempre se tuvo claro que debían ser tonos llamativos y que expresaran fuerza a la par que feminidad. Con idea de crear un mayor contraste, el fondo sería negro, y los dos colores principales tenían que quedar bien entre sí y representar lo acordado. Teniendo en cuenta el lema “ready to grow, ready to glow” es decir, “preparado para crecer, listo para brillar”, uno de los colores sería el amarillo definitivamente, buscando una tonalidad clara y fina sin llegar a ser pastel, para que tuviera carácter, pero no eclipsara el resto de la composición. El otro color, después de probar diferentes rosas y morados, será un rosa fucsia-magenta que se podrá observar a

continuación. El resto de los elementos complementarios serían blancos para mantener el equilibrio visual.



Imagen 4. Códigos de color de Canvas de “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.

- Tipografía

Con la finalidad de conseguir expresar feminidad al mismo tiempo que impactar y hacer destacar lo importante, se utiliza la tipografía “Bright Sunshine” para “Ready to” que está escrito en un tamaño notablemente menor que “Grow” en mayúsculas, tipografía “Barlow SemiCondensed” y mayor tamaño para

representar el efecto de “crecimiento”. Por último, se firma en un formato simple con tipografía “Open Sauce”, pero en mayúsculas y cursiva para mantener la tónica de la composición.

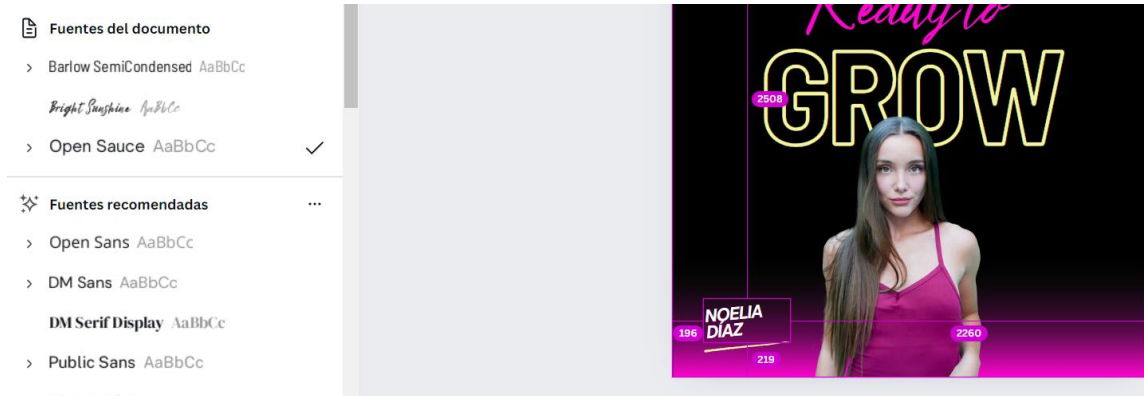


Imagen 5. Proceso de creación de las tipografías corporativas de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

Una vez explicado el logotipo que será la imagen principal del programa, aclarar que también será la portada en Spotify, YouTube, TikTok e Instagram.

Después se le añadirá el número de episodio en la parte superior central en color blanco y tipografía “Barlow SemiCondensed” para la portada del episodio de Spotify. Para el resto de redes sociales se creará otro tipo de contenido que se explicará más adelante.



Imagen 6. Ejemplo de portada de capítulo de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

- Definición del nombre

En un inicio la idea era “Ready to shine” porque la idea de preparada para brillar estaba clara, pero era un concepto muy relacionado con el culturismo y la competición en tarima y que representaba en exceso la imagen de los ‘bikinis’ llenos de diamantes y brillos y los cuerpos untados en tinte y cera iluminadora. Como creadora del proyecto, no quería que se centrara únicamente en esa disciplina, también pretendía hablar de salud, hábitos, emprendimiento y desarrollo en otros deportes, físico y mental. Por lo que se ocurrió el lema “Ready to grow, ready to glow” ya mencionado, que incluye la idea de “crecer” que puede abarcar matices como el de hacer un volumen, un “bulk” o una etapa de “grow” en el gimnasio para ponerse fuerte, así como la concepción del crecimiento personal o a otros niveles de vida, que desembocarán en una mejora del desarrollo humano y a “brillar” tras la evolución.

Con la intención de jugar con ambos conceptos “grow” y “glow”, el nombre se quedó como “Ready to grow” que además es algo más neutro e inclusivo, puesto que brillar se asocia quizás con un público mayoritariamente más femenino y delicado. Y “glow” quedó como complemento para otros aspectos como el lema o productos secundarios. Además, en ambas ocasiones las sigas serán “RTG”, lo cual en el caso hipotético de que el proyecto crezca y se pueda expandir hacia la creación de una marca o lanzamiento de productos podría ser muy bien aprovechado.

- Música y recursos sonoros

Desde el inicio del proyecto, se tomó la decisión de que los recursos sonoros debían ser creados específicamente para este. Con la colaboración de Paul Married, un productor con amplia experiencia en producción y creación musical, se desarrolló la melodía del programa. Utilizando el software “FL Studio”, se compuso la música de la cabecera del programa.

Si bien es cierto, la idea e inspiración estaba clara. Debía de ser una melodía de mínimo dos minutos con una base que se pudiera utilizar para incluir en los videos, programas, *reels*, tren de voces de la introducción, etc.

Quería una melodía inspirada en canciones como “Streets” de Doja Cat o “Pour it up” de Rihanna, con carácter, *sexys*, con bajos y golpes, pero algo más rápido y que transmitiera más emoción acelerando el ritmo progresivamente e incluyendo otros sonidos más electrónicos.

La base fue producida íntegramente por Paul tras varias correcciones por parte de la autora y diversas pruebas. Una vez exportada la pieza de más de dos minutos de duración, se creó otra más corta de menos de un minuto para colocar al final de los programas y en contenido de redes sociales. El tempo de la cabecera se corresponde con un techno básico, que oscila entre los 120-130 BPM y con un bombo de 4X4. Los tonos añadidos evocan potencia, sensualidad y diversión, pues es lo que se pretendía transmitir.

También, a la base principal se le añadieron sonidos metálicos y golpes que evocan el ambiente de un gimnasio o centro deportivo y marcan los cambios entre frases del tren de voces que abre cada episodio. Son efectos básicos de ecualización y masterización para aportar profesionalidad y gran acústica a la cabecera, además de efectos risers, que residen en sonidos electrónicos y cinemáticos. Las imágenes expuestas a continuación muestran el proceso de producción y creación de la cabecera del programa.

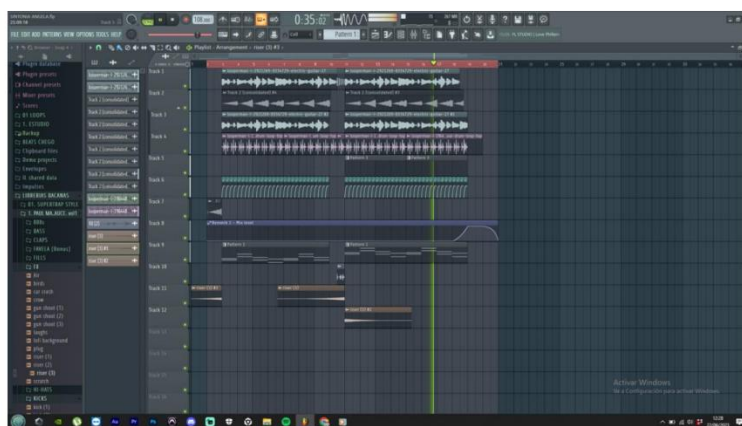


Imagen 7. Producción cabecera del proyecto 1. Fuente: Elaboración propia.

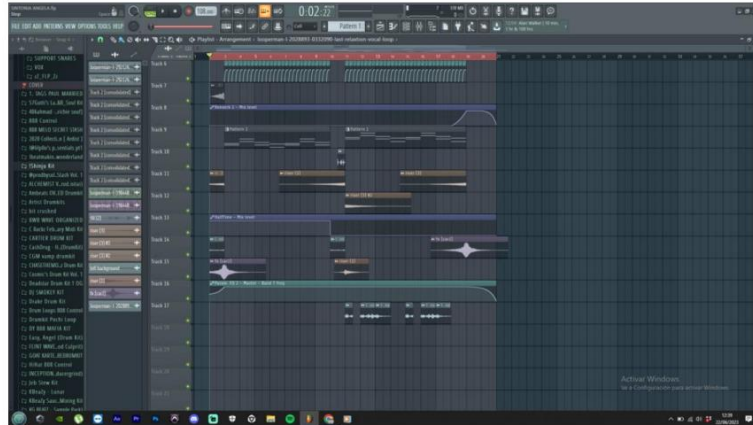


Imagen 8. Producción cabecera del proyecto 2. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 9. Producción cabecera del proyecto 3. Fuente: Elaboración propia.

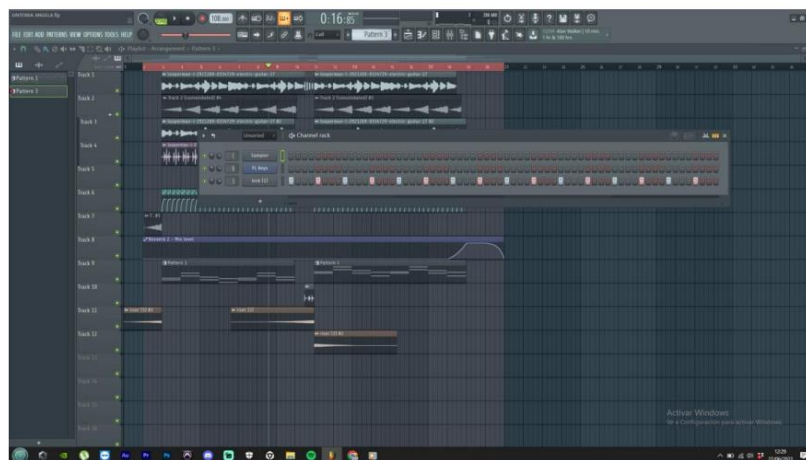


Imagen 10. Producción cabecera del proyecto 4. Fuente: Elaboración propia.

3.1.3. Recursos y plan de grabación

Los recursos empleados comprenden: el espacio de grabación, la sala de radio de acceso libre de la Universidad Rey Juan Carlos de Vicálvaro; el equipo de grabación de video y de audio, que fue variando a lo largo de los episodios y que en este primer capítulo fue comprado por mí; y el stand que identifica y adorna el lugar del programa.

- Estudio de radio

Gracias a mi tutor y a la disposición de uso del aula libre de grabación de radio obtuve el permiso para poder realizar allí la grabación del primer capítulo.

- Equipo de grabación

Respecto al material utilizado, en el primer y segundo capítulo fue el mismo, dado que se grabaron en la misma mañana. Todo el material fue comprado en Thomann.

- Tarjeta de sonido para 2 micros: Tarjeta Behringer U-Phoria UMC202HD
- Cámara: Iphone 15 pro
- Aro de luz
- Micrófono Behringer SL 84C (2ud)
- Auriculares Behringer HC 2000 (2ud)
- Cable canon (2ud)
- Distribuidor de auriculares Behringer HA400
- Pies de sobremesa Millenium DS10 (2ud)



Imagen 11. Equipo de grabación 1. Fuente: Thomann.de.



Imagen 12. Equipo de grabación 2. Fuente: Thomann.de.



Imagen 13. Equipo de grabación 3. Fuente: Thomann.de.



Imagen 14. Equipo de grabación 4. Fuente: Thomann.de.



Imagen 15. Equipo de grabación 5. Fuente: Thomann.de.



Imagen 16. Equipo de grabación 6. Fuente: Thomann.de.



Imagen 17. Equipo de grabación 7. Fuente: Thomann.de.



Imagen 18. Equipo de grabación 8. Fuente: Apple.

- Atrezzo

El set up del pódcast consiste en una placa con la portada del programa. Está formada por una imagen impresa en papel fotográfico y un marco de cristal sobre una superficie de metal negra que lo hace parecer una placa. También cuenta con un letrero en el que pone “Grow to glow”, el lema acortado del proyecto. El stand lo completa una cámara instax mini9 rosa, a juego con los colores corporativos, en la que se apoya la fotografía polaroid del invitado. Esta imagen se toma antes de comenzar la entrevista y el colaborador posa con la placa de forma libre para luego firmar la fotografía, así se crea un clima de confianza y se prepara la entrevista a más niveles, además de completar el entorno visual y conseguir un recuerdo de cada invitado que durará hasta el fin del programa.



Imagen 19. Elemento de atrezzo: Cámara instax mini9 rosa. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 20. Set de grabación. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 21. Atrezzo Episodio 1. Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al plan de grabación, se contactó con la invitada a través del perfil de Instagram del programa *@readytogrow_n* y se acordó un día y lugar de grabación que sería el martes 19 de diciembre de 2023.

Se realizó una labor de investigación para conocer bien la vida y personalidad de la atleta y se creó un esquema de la estructura del episodio, dividiéndolo en bloques de información y apuntando las frases o asuntos más importantes. La idea era tener una conversación natural y fluida como dos amigos que se conocen, para así poder hablar de temas algo más privados y cercanos a la audiencia.

- Estructura del programa:
 1. Introducción del invitado
 - 1.1. Vida de atleta
 - 1.2. Vida profesional
 - 1.3. Redes sociales
 2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
 3. ¿Qué es ser fitness?
 4. Hablar sobre los temas de conversación que correspondan dependiendo del invitado, en el caso de Marta, cuestiones cómo: tu valor no se mide en un porcentaje graso, relación con la comida, disfrutar del entrenamiento, miedo a la preparación competitiva, perfeccionamiento extremo, consejo o mensaje para estas navidades, etc.
 5. ¿Cuál ha sido tu momento más *glow*? Un pequeño cambio que te hizo dar ese clic.
 6. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?

7. Despedida

Esta pauta se va a repetir en cada episodio, cambiando el apartado cuatro o parte central, en el que según e invitado, la charla tomará un rumbo u otro. El resto de las preguntas se repiten de forma orgánica en los demás capítulos y la estructura a seguir es muy similar. Con Marta, las ideas principales fueron las que se muestran en la siguiente imagen.

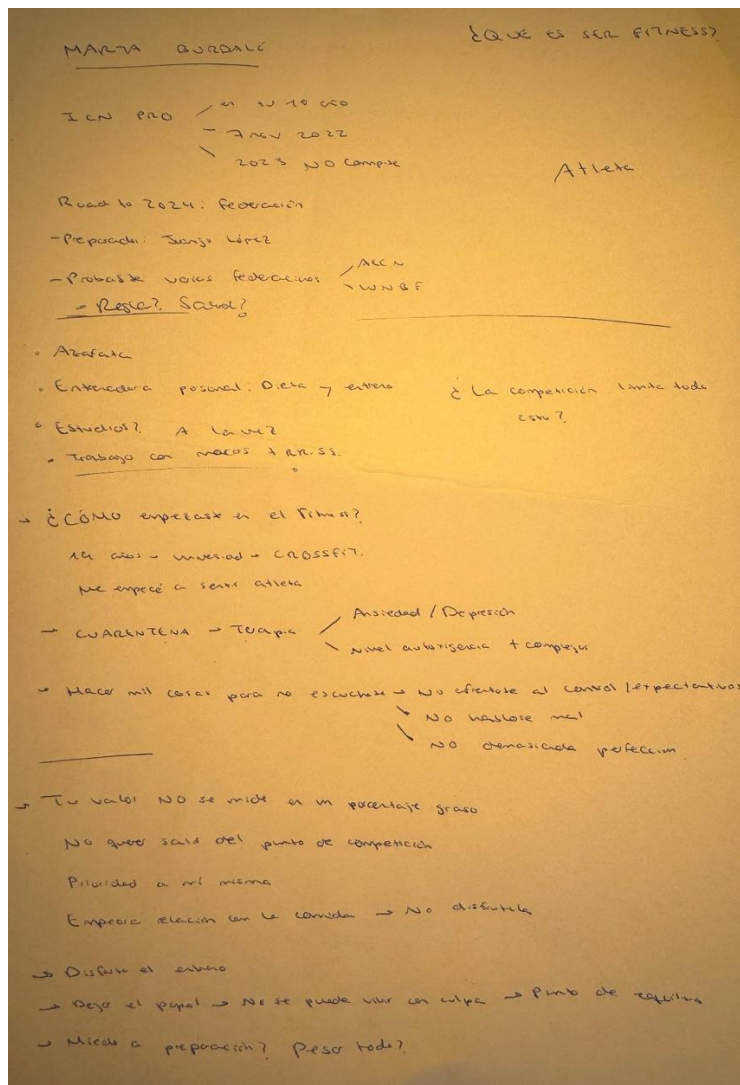


Imagen 22. Estructura/ideas principales episodio 1. Fuente: Elaboración propia.

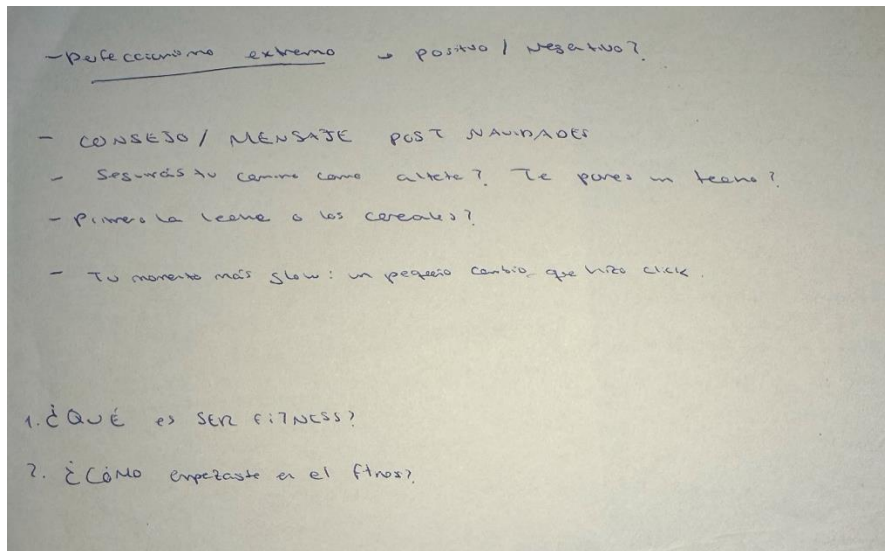


Imagen 23. Estructura/ ideas principales episodio 1. Fuente: Elaboración propia.

3.1.4. Creación de RR.SS. y canal de distribución

- Instagram

Desde el primer día de grabación, 19 de diciembre de 2023, se comenzó a subir contenido al perfil de Instagram del programa *@readytogradar_n*. Marta Búrdalo subió a sus redes sociales historias de la grabación mencionando al pódcast y ayudando a que se diera a conocer. Desde ese momento, se creó un calendario de contenido para que la audiencia y los invitados estuvieran siempre informados y tuvieran entretenimiento y fuentes de conocimiento a partes iguales, además de promocionar el proyecto a través de *shorts* o *reels* con los fragmentos más interesantes de los episodios.

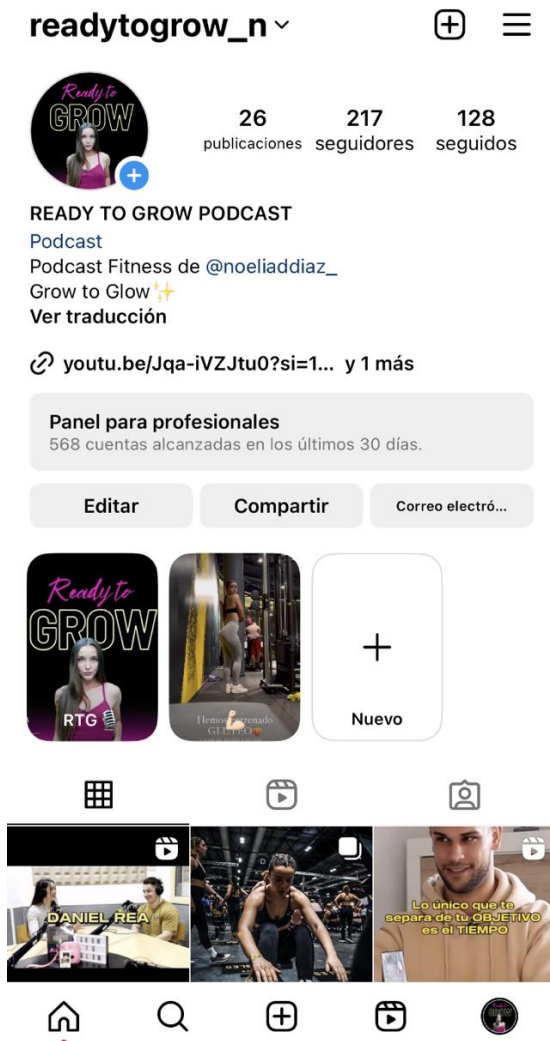


Imagen 24. Perfil/ cuenta de Instagram de “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.



Imagen 25. Ejemplo 1 de publicación del perfil/ cuenta de Instagram de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

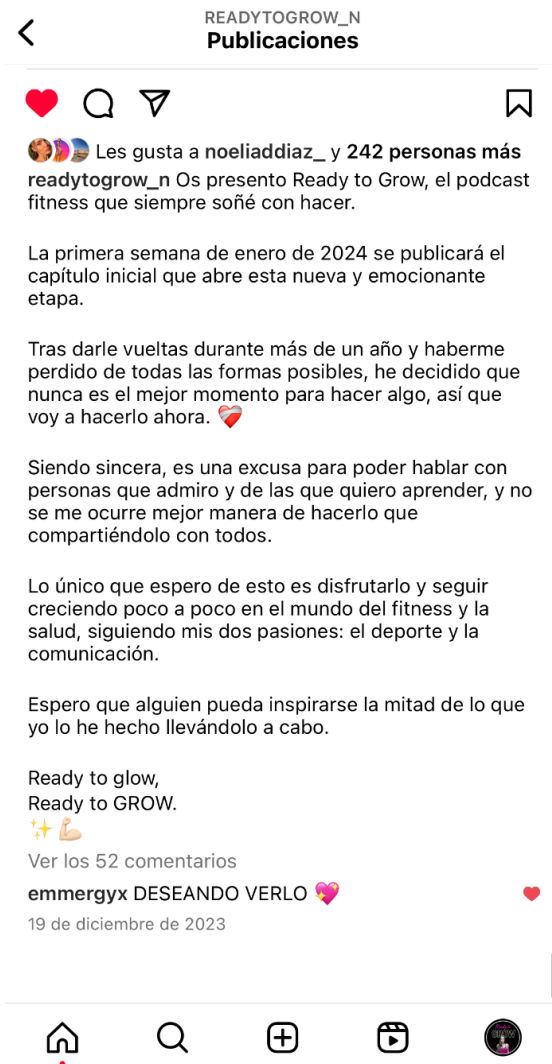


Imagen 26. Ejemplo 2 de publicación del perfil/ cuenta de Instagram de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

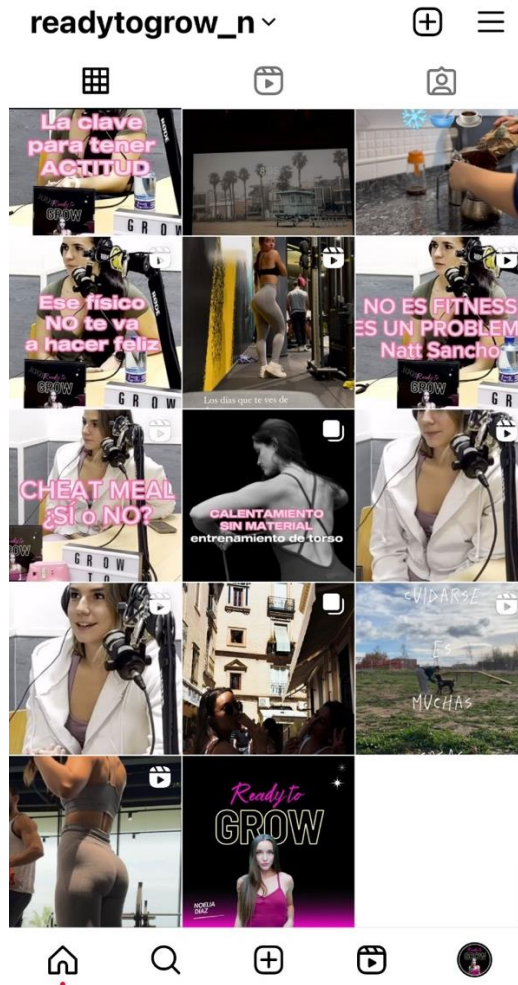


Imagen 27. Perfil/ cuenta de Instagram de “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.

- TikTok

La estrategia para TikTok fue la misma, aunque en esta red social no es necesario subir contenido tan trabajado y programado, por lo que, además de lo que se publica en Instagram, también se puede encontrar algo más personal e informal, dadas las características y audiencia de la plataforma.



Imagen 28. Perfil/ cuenta de TikTok de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 29. Perfil/ cuenta de TikTok de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

- YouTube

Es la plataforma en la que se publica el contenido del programa completo en formato video. Para ello, fue necesario crear un banner en Canva y una imagen para el final de los episodios, además del canal de YouTube.



Imagen 30. Perfil/ canal de YouTube de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 31. Perfil/ canal de YouTube de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 32. Perfil/ canal de YouTube de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

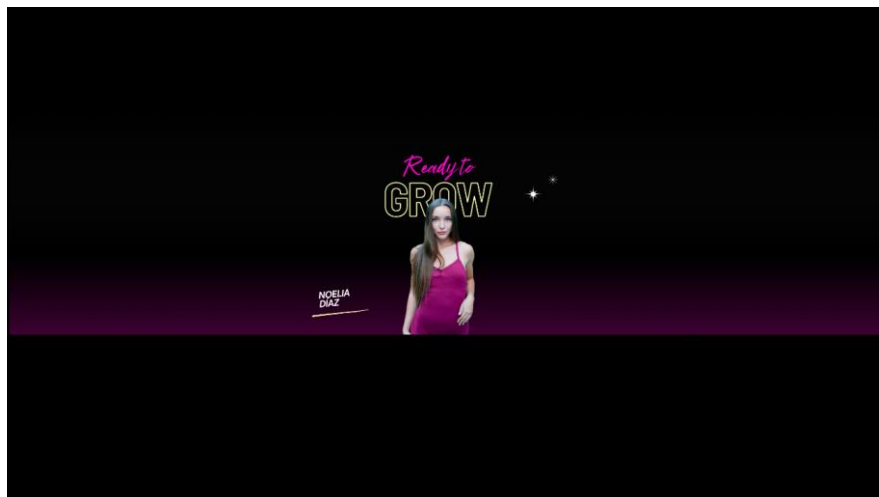


Imagen 33. Banner para YouTube de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

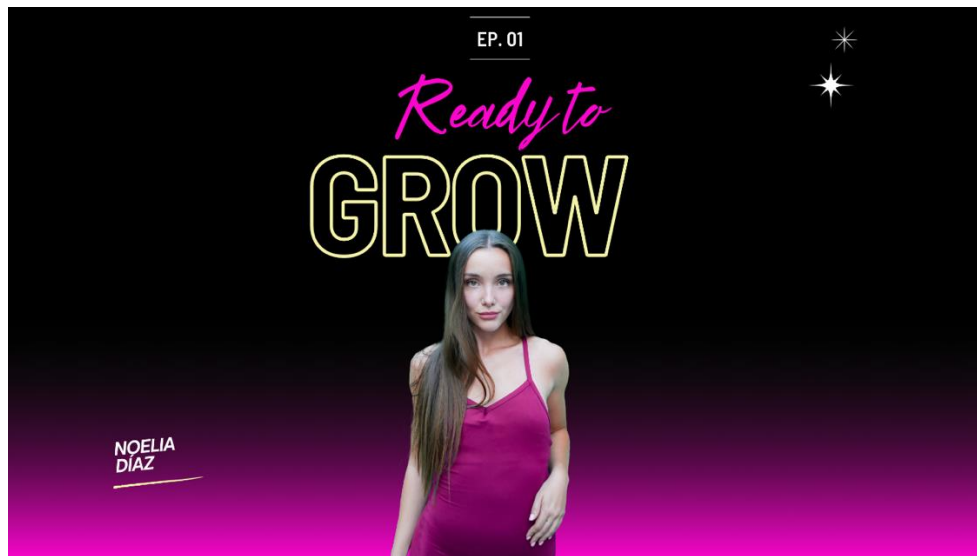


Imagen 34. Banner para YouTube de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

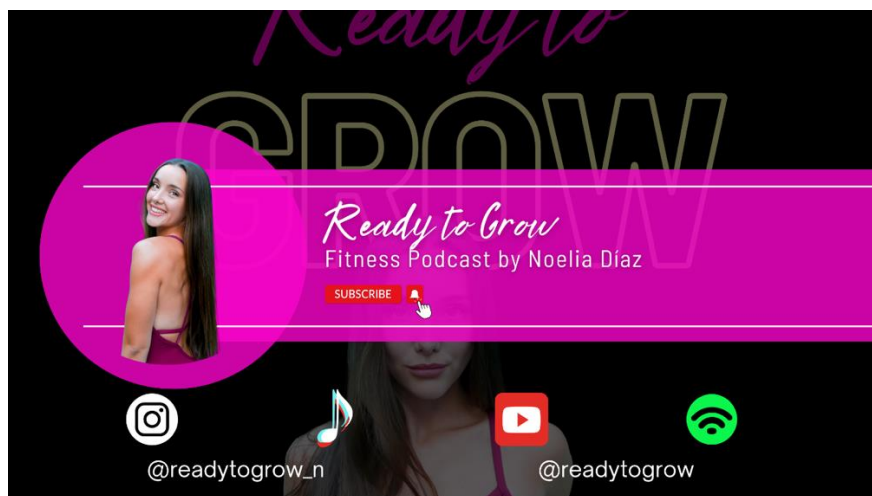


Imagen 35. Imagen final de cada episodio en YouTube de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

- Distribuidor: Spotify for Podcasters

Spotify for Podcasters es una plataforma diseñada para facilitar la creación, distribución y monetización de podcasts. Esta herramienta permite a los creadores de contenido subir y gestionar sus podcasts de manera sencilla, llegando a una audiencia global a través de Spotify. A continuación, se describen algunas de las características y beneficios por los que se eligió Spotify for Podcasters:

Subida y Distribución: Se pueden subir los episodios directamente a Spotify, donde estarán disponibles para millones de usuarios en todo el mundo. La plataforma también permite la distribución a otras plataformas de podcasts.

Análisis y Métricas: Spotify for Podcasters proporciona datos detallados sobre la audiencia, incluyendo información demográfica, comportamiento de los oyentes y rendimiento de los episodios. Esto ayuda a comprender mejor a la audiencia y optimizar el contenido.

Monetización: La plataforma ofrece varias opciones para monetizar los podcasts, como la inserción de anuncios y patrocinios. Spotify también cuenta con herramientas para facilitar la relación con posibles patrocinadores.

Interacción con la Audiencia: Es posible interactuar con la audiencia a través de encuestas, preguntas y respuestas, y otras herramientas de compromiso que Spotify pone a disposición.

Recursos Educativos: Spotify for Podcasters proporciona una serie de recursos educativos, incluyendo tutoriales, guías y consejos de expertos, para ayudar a los a mejorar el contenido y crecer la audiencia.

Para utilizar Spotify for Podcasters, solo se necesita crear una cuenta, subir tu contenido y empezar a explorar las diversas herramientas y funcionalidades que ofrece la plataforma. Esto convierte a Spotify en una opción atractiva tanto para *podcasters* novatos como para aquellos con experiencia que buscan ampliar su alcance y mejorar la calidad de sus podcasts.

En el caso de “Ready to Grow”, se aloja en Spotify for Podcasts y se publica en Spotify y Apple Podcast bajo la siguiente presentación.



Imagen 36. *Feed/* perfil en Spotify de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

3.2. Producción

3.2.1. Grabación

La grabación tuvo lugar el 19 de diciembre de 2023 a las nueve de la mañana en la Universidad Rey Juan Carlos de Vicálvaro. Fue muy agradable y como primera experiencia supuso un gran aprendizaje en diversos sentidos. A nivel conversacional, Marta fue un sobresaliente: cercana, comprensiva, abierta, extrovertida y sincera. Como entrevistadora, la falta de experiencia y los nervios de la primera vez fueron algo notables, pero se fue mejorando en cada charla.

A nivel técnico, se ecualizó mal el micrófono y el audio quedó excesivamente saturado, por lo que después fue necesario editarlo y no se obtuvo el resultado esperado. Esto también afectó al segundo episodio, dado que se grabó en el mismo día y con el mismo material, pero se mejoró considerablemente en las siguientes grabaciones gracias al cambio de equipo.



Imagen 37. Entrevista con Marta Búrdalo en “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

3.3. Postproducción

3.3.1. Organización y selección del material

Se llevó a cabo el visionado de los videos, imágenes y revisión de audio y se observó que el audio había sido mal grabado. La imagen sí que era buena y se exportó y preparó para el posterior montaje y edición. Además, se seleccionaron

las partes más interesantes para la creación de contenido como *reels* y TikTok y se consultó con la invitada para conocer sus preferencias y estrategias y ponerlas en común.

3.3.2. Montaje y edición

Se llevó a cabo el visionado de los videos, imágenes y revisión de audio y se observó que el audio había sido mal grabado. Para la mejora del audio se utilizó el programa Audacity, mientras que para el montaje videográfico se usó DaVinci Resolve. La elección de dichas herramientas se basó en la versatilidad que ofrecen, la sencillez de su manejo y los conocimientos previos sobre estas, además de los innumerables tutoriales que ayudan a mejorar su aplicación práctica. Respecto al material para redes sociales, la edición se llevó a cabo en CapCut y las imágenes e historias de Instagram a través de la propia aplicación, por los conocimientos previos de los mismos.

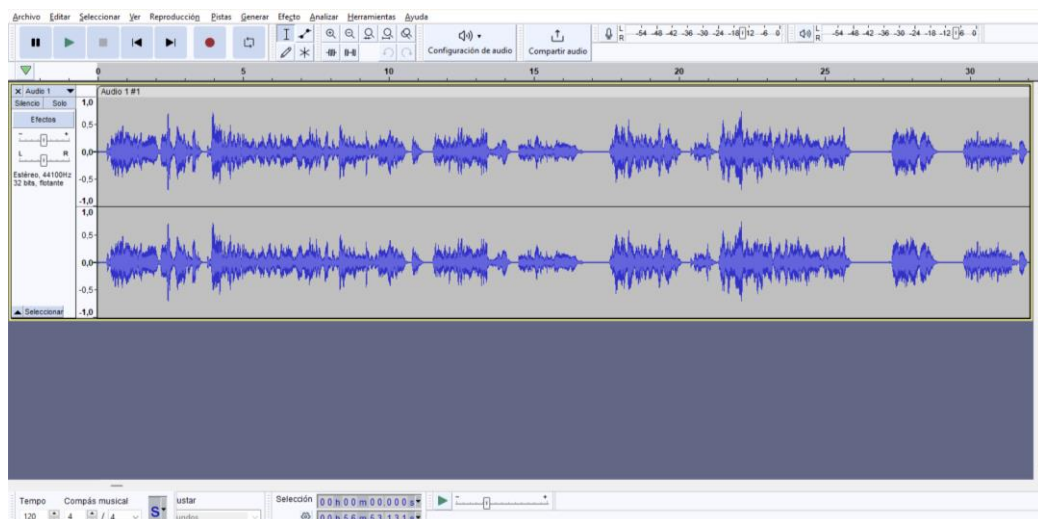


Imagen 38. Postproducción sonora Episodio 1 de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

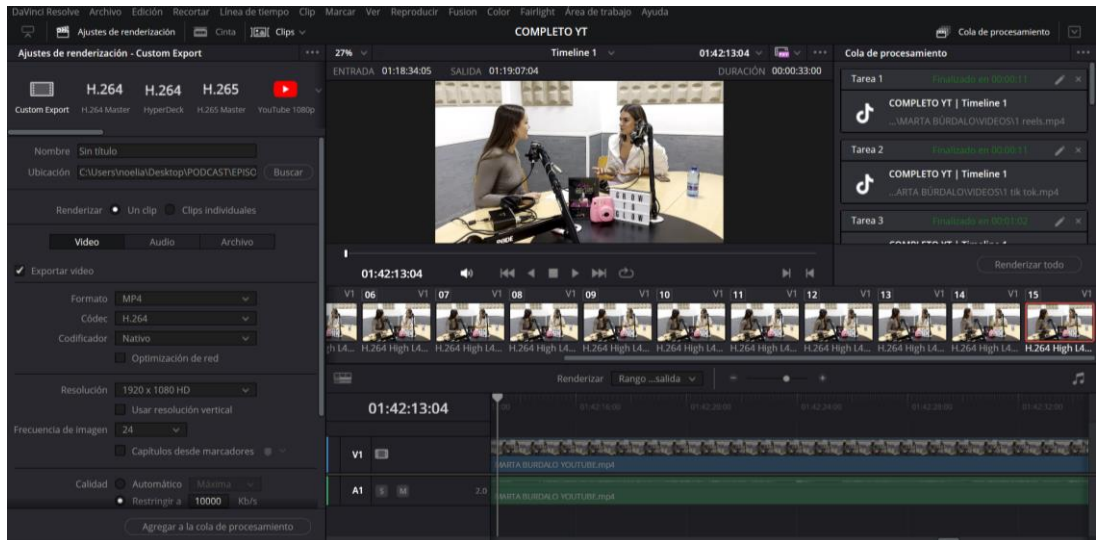


Imagen 39. Postproducción audiovisual Episodio 1 de “Ready to Grow”.

Fuente: Elaboración propia.

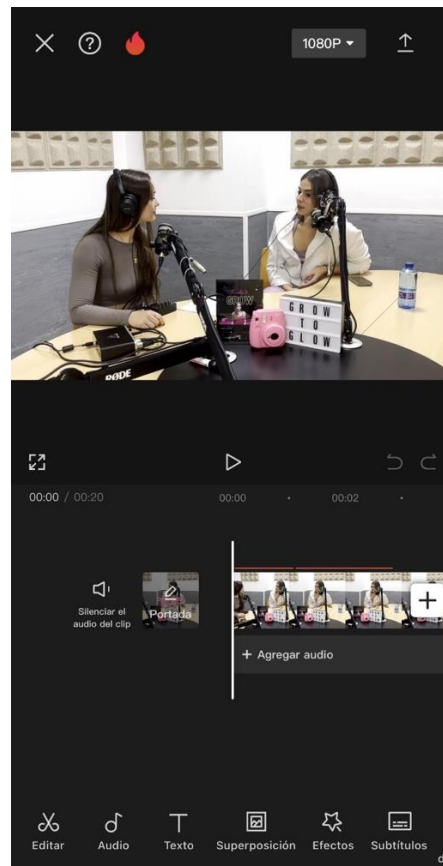


Imagen 40. Postproducción audiovisual Episodio 1 de “Ready to Grow”.

Fuente: Elaboración propia.

Además, fue fundamental la creación de la portada para YouTube en Canva, la cual marcó la tónica y diseño de las demás portadas y banners que la sucederían. Formato horizontal para Youtube con unas dimensiones de 2560px x 1440px, los colores corporativos ya mencionados, el diseño pautado en la creación del logotipo, una cita de la atleta como presentación y las fotografías png de ambas participantes. La figura de la invitada y protagonista llama la atención por su tamaño y fue facilitada por ella misma.



Imagen 41. Portada para YouTube Episodio 1 de "Ready to Grow". Fuente: Elaboración propia.

3.3.3. Plataformas y RR.SS.

Una vez exportado el contenido se procedió a publicarlo en las diferentes plataformas ya mencionadas. Los *shorts* creados con CapCut fueron subidos en Instagram y TikTok de acuerdo con la planificación inicial. YouTube y Spotify for Podcasters dieron algo más de trabajo puesto que exigen el manejo de elementos como las etiquetas, palabras clave o uso de *hashtags*.



Imagen 42. *Short* Episodio 1 de “Ready to Grow” en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

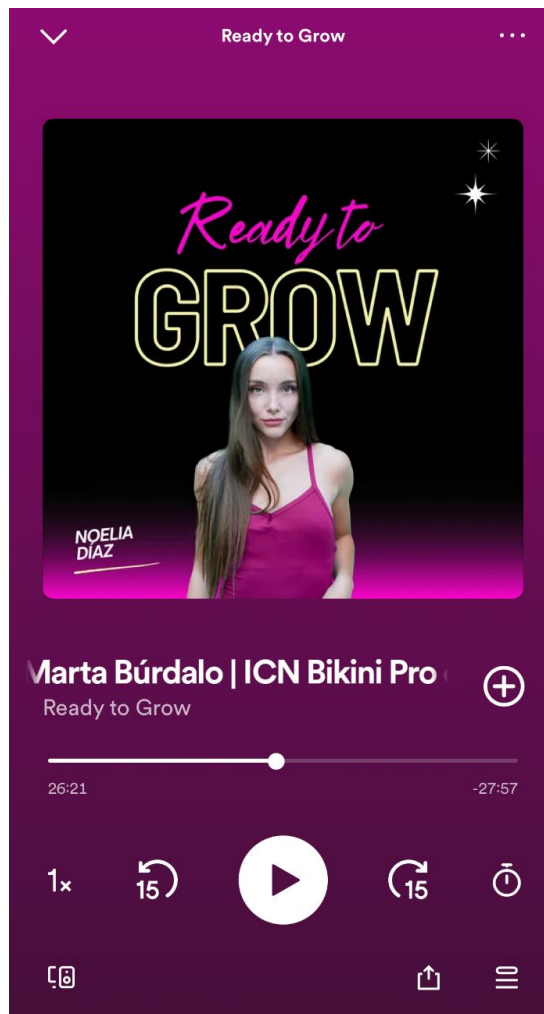


Imagen 43. Episodio 1 de “Ready to Grow” en Spotify. Fuente: Elaboración propia.

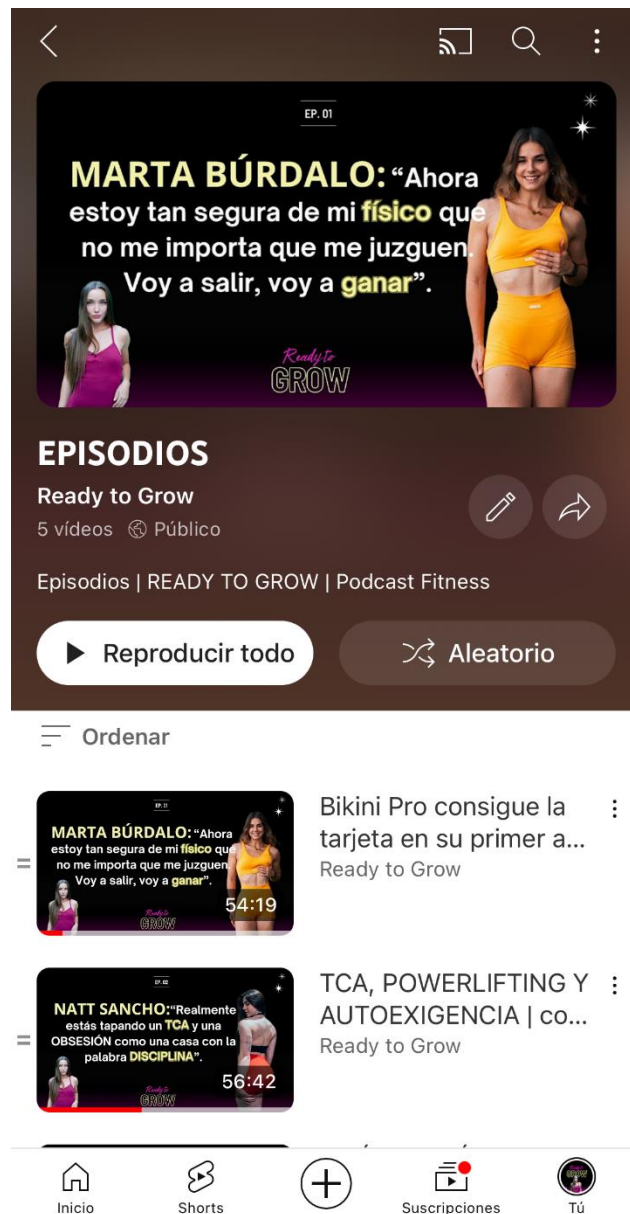


Imagen 44. Episodio 1 de “Ready to Grow” en YouTube. Fuente: Elaboración propia.

Madrid

Hoy viene a hablar con nosotros Marta Burdaló, una atleta Bikini Pro de la ICN con solo 24 años. Comenzó su camino en el fitness a través del crossfit y se enamoró de las pesas, hasta que en 2022 debutó como bikini y consiguió su tarjeta profesional. Tras un difícil postcompetición, Marta está trabajando duro por mejorar su mentalidad como atleta y su relación con la autoexigencia y la visión de su propio físico. El equipo de asesorías de Marta crece día a día y hoy lanza una novedad que va a dejarnos a todos alucinados y con muchas ganas de entrar en su team. Todo esto y mucho más, con Marta Búrdalo.
IG: emmergyx
YT: @emmergyx

Imagen 45. Descripción Episodio 1 de “Ready to Grow” en YouTube. Fuente: Elaboración propia.

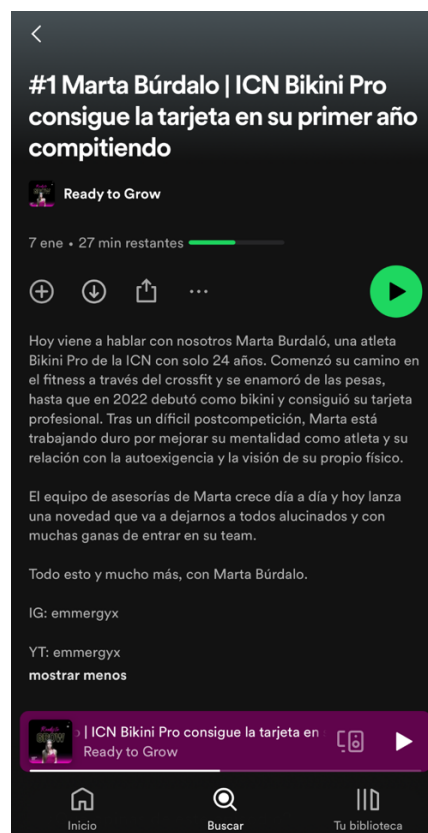


Imagen 46. Descripción Episodio 1 de “Ready to Grow” en Spotify. Fuente: Elaboración propia.

3.4. Resumen del capítulo

Hoy viene a hablar con nosotros Marta Burdaló, una atleta 'Bikini Pro' de la ICN con solo 24 años. Comenzó su camino en el fitness a través del crossfit y se enamoró de las pesas, hasta que en 2022 debutó como 'bikini' y consiguió su tarjeta profesional. Tras una difícil post-competición, Marta está trabajando duro por mejorar su mentalidad como atleta y su relación con la autoexigencia y la visión de su propio físico.

El equipo de asesorías de Marta crece día a día y hoy lanza una novedad que va a dejarnos a todos alucinados y con muchas ganas de entrar en su *team*.

Todo esto y mucho más, con Marta Búrdalo.

Esta será la introducción y resumen del programa y habrá seguido la siguiente estructura ya mencionada.

1. Introducción del invitado
a. Vida de atleta
b. Vida profesional
c. Redes sociales
2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
3. ¿Qué es ser fitness?
4. Cuestiones controvertidas:
a. Mi valor no se mide en un porcentaje graso
b. Relación con la comida
c. Disfrutar del entrenamiento
d. Miedo a la preparación competitiva
e. Perfeccionamiento extremo
f. Consejo o mensaje para estas navidades
5. ¿Cuál ha sido tu momento más <i>glow</i>? Un pequeño cambio que te hizo dar ese clic.

6. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
7. Despedida

Tabla 1. Estructura / Pauta Episodio 1 de “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.

4. CAPÍTULO DOS

4.1. Preproducción

4.1.1. Idea y planteamiento

Este capítulo se planteó con el fin de traer la historia de otra atleta femenina que habría querido competir en culturismo, pero, en este caso, sin éxito. Natalia Sancho acabó centrándose en el powerlifting y entendiendo el deporte de competición desde una perspectiva completamente diferente: puro rendimiento. Además, se tratarían temas tales como la salud mental, TCA como los que ella sufrió, tratamiento de lesiones y mentalidad, que podrían aportar otra perspectiva a la audiencia.

4.1.2. Recursos y plan de grabación

En esta ocasión los recursos fueron exactamente los mismos que en el primer capítulo porque se grabaron los dos seguidos.



Imagen 47. Atrezzo Episodio 2. Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta al plan de grabación, se estableció contacto con la invitada a través del perfil de Instagram del programa *@readytogrow_n* y se acordó que la grabación se realizaría el martes 19 de diciembre de 2023 en un lugar convenido.

Se llevó a cabo una investigación exhaustiva para conocer en profundidad la vida y personalidad de la atleta. A partir de esto, se diseñó un esquema para la estructura del episodio, dividiéndolo en segmentos informativos y destacando las frases o temas más relevantes. El objetivo era mantener una conversación natural y fluida, similar a la que tendrían dos amigos que se conocen bien, para así poder abordar temas más personales y cercanos a la audiencia.

- Estructura del programa:
 1. Introducción del invitado
 - 1.1. Vida de atleta
 - 1.2. Vida profesional

1.3. Redes sociales

2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
3. ¿Qué es ser fitness?
4. Tratar los temas de conversación que correspondan dependiendo del invitado, en el caso de Natalia, cuestiones cómo: La polémica “No es fit, es un problema”, pole dance, powerlifting, lesiones sacroilíacas, viajar sola, TCA, atracones y psicología.
5. ¿Cuál ha sido tu momento más *glow*? Un pequeño cambio que te hizo dar ese clic.
6. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
7. Despedida

Para la charla con Natt Sancho, las ideas principales fueron las siguientes:

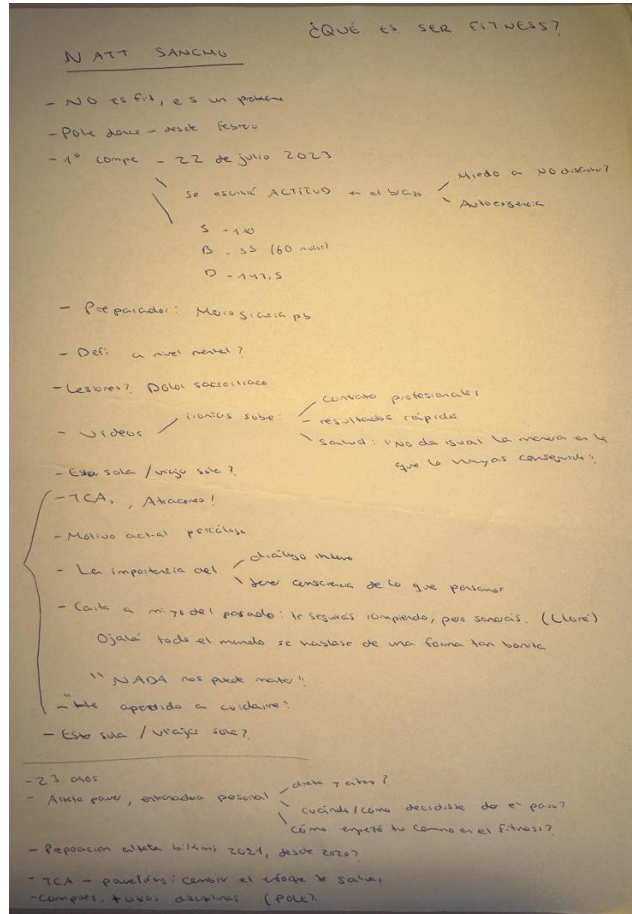


Imagen 48. Estructura/ ideas principales episodio 2. Fuente: Elaboración propia.

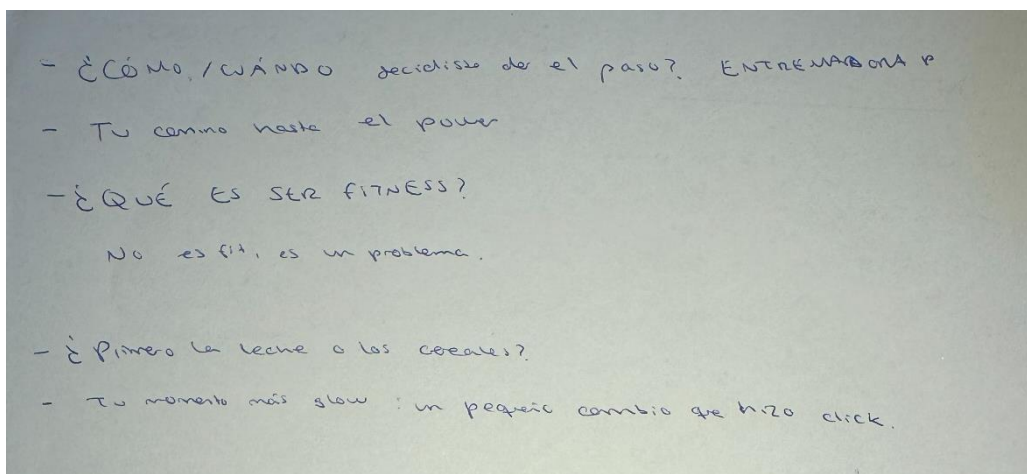


Imagen 49. Estructura/ ideas principales episodio 2. Fuente: Elaboración propia.

4.2. Producción

4.2.1. Grabación

La grabación se realizó el 19 de diciembre de 2023 a las once y media de la mañana en la Universidad Rey Juan Carlos de Vicálvaro. Fue algo más cercana que la primera entrevista del día y los nervios como entrevistadora habían disminuido mucho. En cuanto a la conversación, Natalia fue excepcional, es una comunicadora nata con mucho que decir y unas ganas increíbles de ayudar.

A nivel técnico, lo mismo que con Marta, hubo problemas con la ecualización del micrófono, lo que resultó en un audio excesivamente saturado y la necesidad de editarlo posteriormente, sin obtener el resultado esperado. Sin embargo, se lograron mejoras significativas en las siguientes grabaciones gracias al cambio de equipo que veremos más adelante.



Imagen 50. Entrevista con Natt Sancho en “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

4.3. Postproducción

4.3.1. Organización y selección del material

Del mismo modo que en el anterior programa, se realizó la revisión de los videos, imágenes y el audio, y se detectó que el audio había sido mal grabado. Sin embargo, la calidad de la imagen era buena, por lo que se exportó y preparó para su posterior montaje y edición. Además, se seleccionaron las partes más interesantes para crear contenido para *reels* y TikTok, y se consultó con la invitada para conocer sus preferencias y estrategias, y así coordinarlas.

4.3.2. Montaje y edición

Los programas utilizados serán los mismos durante toda la producción: para la mejora del audio, Audacity; para el montaje videográfico, DaVinci Resolve. Respecto al material para redes sociales, la edición se llevó a cabo en CapCut y las imágenes e historias de Instagram a través de la propia aplicación, por los conocimientos previos de los mismos.

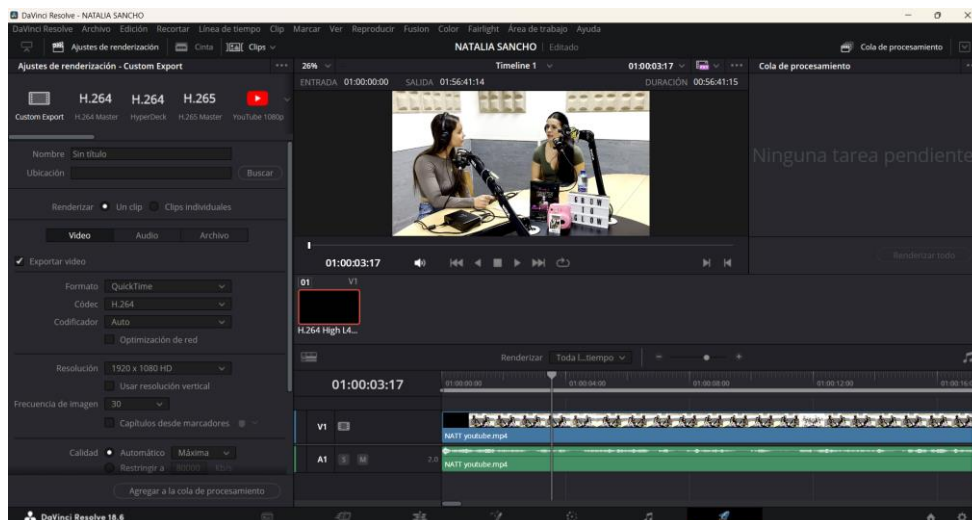


Imagen 51. Postproducción audiovisual Episodio 2 de “Ready to Grow”.

Fuente: Elaboración propia.

De nuevo, fue esencial crear la portada para YouTube en Canva, la cual estableció el estilo y diseño de las futuras portadas y banners. La portada, en formato horizontal y con dimensiones de 2560px x 1440px, utilizó los colores corporativos

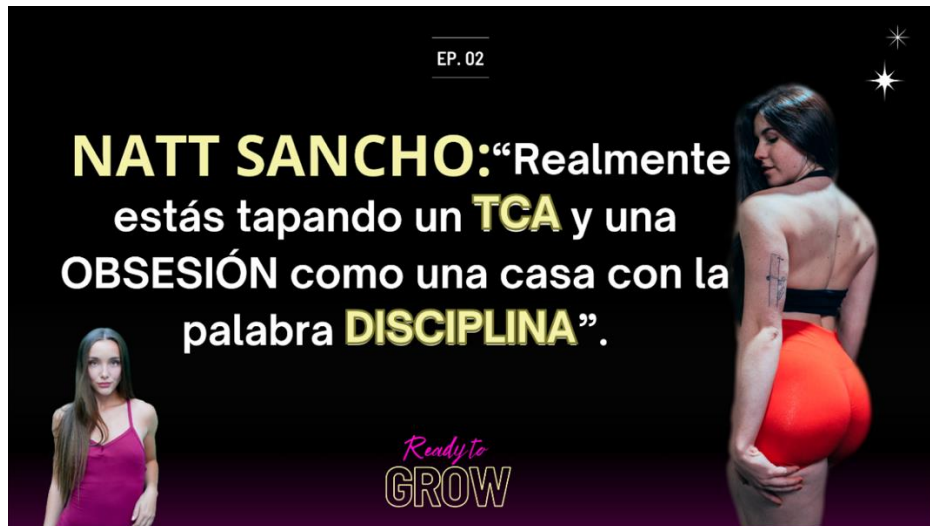


Imagen 52. Portada para YouTube Episodio 1 de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

4.3.3. Plataformas y RR.SS.

Una vez exportado el contenido, se procedió a publicarlo en las diferentes plataformas ya mencionadas. Los *shorts* creados con CapCut se subieron en Instagram y TikTok según la planificación inicial. La publicación en YouTube y Spotify for Podcasters requirió algo más de trabajo.



Descripción



Natt Sancho es creadora de contenido fitness, entrenadora y atleta de powerlifting. Natalia nos cuenta su experiencia con distintos trastornos desde la adolescencia y cómo salió de los atracones y del eterno círculo vicioso que le generó la obsesión con el físico. Nos da las claves para lograr cambiar el foco y trata diferentes temas que van a dar mucho que hablar.

Muchísima suerte en tu carrera y en tu vida @nattsancho esta era la charla que muchos, como yo, necesitábamos escuchar. Mil gracias.

IG: [@nattsancho](#)
YT: [@nattsancho](#)

-Capítulos:
[00:00](#) Intro
[03:00](#) TCA y preparación
[07:50](#) Powerlifting
[13:00](#) ¿Qué es ser FITNESS?
[15:00](#) Salud mental
[21:50](#) Principio deportivo
[23:53](#) 1ª Competición
[31:00](#) Asesorías y preparadores

Imagen 53. Perfil/ canal de YouTube de “Ready to Grow” Episodio 2. Fuente:
Elaboración propia.



Imagen 54. Feed/ perfil en Spotify de “Ready to Grow” Episodio 2. Fuente: Elaboración propia.

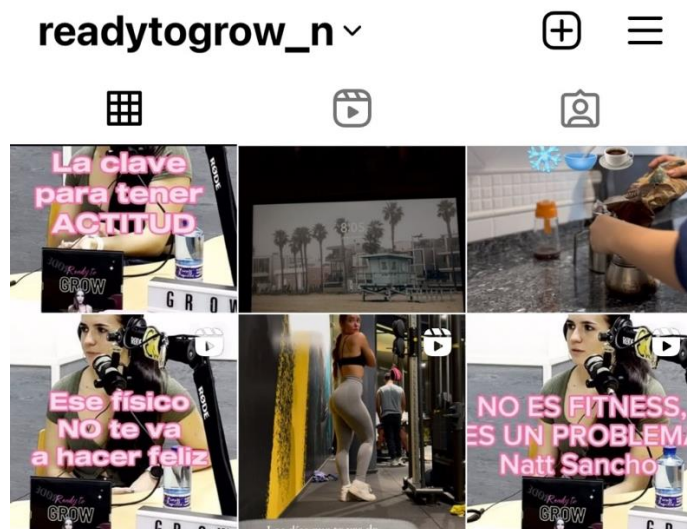


Imagen 55. Short Episodio 2 de “Ready to Grow” en Instagram. Fuente: Elaboración propia.

4.4. Resumen del capítulo

Natt Sancho es creadora de contenido fitness, entrenadora y atleta de powerlifting. Natalia nos cuenta su experiencia con distintos trastornos desde la adolescencia y cómo salió de los atracones y del eterno círculo vicioso que le generó la obsesión con el físico. Nos da las claves para lograr cambiar el foco y trata diferentes temas que van a dar mucho que hablar.

Muchísima suerte en tu carrera y en tu vida @nattsancho esta era la charla que muchos, como yo, necesitábamos escuchar. Mil gracias.

Esta fue la introducción y resumen del programa y siguió la siguiente estructura ya mencionada.

1. Introducción del invitado
a. Vida de atleta
b. Vida profesional
c. Redes sociales
2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
3. ¿Qué es ser fitness?
4. Cuestiones controvertidas:
a. La polémica “No es <i>fit</i> , es un problema”
b. Powerlifting
c. Pole dance
d. Lesión del sacroilíaco
e. Viajar sola
f. TCA, atracones y psicología
5. ¿Cuál ha sido tu momento más <i>glow</i>? Un pequeño cambio que te hizo dar ese clic.
6. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
7. Despedida

Tabla 2. Estructura / Pauta Episodio 2 de “Ready to Grow”. Fuente:

Elaboración propia.

5. CAPÍTULO TRES

5.1. Preproducción

5.1.1. *Idea y planteamiento*

Tener una charla con un emprendedor que hubiese tenido éxito en un negocio físico relacionado con el fitness me pareció algo imperante para aportar algo más al pódcast y cumplir con los objetivos establecidos. Además, Pablo Gómez también tiene un programa de pódcast llamado “FutureCast”, por lo que supuse que sería un buen comunicador y no me equivoqué, jamás pudo haber un invitado mejor. Exatleta profesional de karate, entrenador de los mejores karatecas españoles actualmente, atleta de crossfit y fuerza, emprendedor y solo 24 años de edad.

5.1.2. *Recursos y plan de grabación*

Pablo se ofreció a aportar el material necesario para grabar y me ayudó en todo lo necesario.

- Espacio de grabación

Todo el episodio filmó en casa de Pablo, es un espacio que tiene reservado para la creación de contenido dónde él mismo invita a los colaboradores de su pódcast a ser entrevistados.

- Equipo de grabación

El material técnico que se utilizó fue diferente a los anteriores y a los que vendrían después por las razones mencionadas. Pablo aportó trípodes, dos cámaras de video profesionales, una del modelo Sony ZV-1F y otra Sony FDRAX43A. El audio se grabó a través del pack de micrófonos inalámbricos de solapa Hollyland Lark M1 conectado a la cámara de video.

Gracias a la ayuda de Pablo se obtendrá un resultado mucho mejor y se comenzará a grabar con dos cámaras para tener dos planos diferentes en el montaje y edición posterior. Uno panorámico y otro del invitado en concreto.

- Atrezo

La decoración fue la misma de siempre, pero esta vez colocada en otro espacio, además de dos tazas del negocio de Pablo, “Futura Sport Center”.



Imagen 56. Equipo de grabación 9. Fuente: Sony.



Imagen 57. Equipo de grabación 10. Fuente: Sony.



Imagen 58. Equipo de grabación 11. Fuente: Hollyland.



Imagen 59. Equipo de grabación 12. Fuente: Hollyland.



Imagen 60. Entrevista con Pablo Gómez en “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.

Respecto al plan de grabación, se contactó con el invitado a través del perfil de Instagram del programa *@readytogrow_n*, y se acordó que la grabación tendría lugar el martes 16 de enero de 2024 en Rivas, en la casa del colaborador para después visitar su centro deportivo “Futura Sport Center”.

Se realizó una investigación detallada para conocer a fondo la vida y personalidad del emprendedor y atleta. Con base en esto, se elaboró un esquema para la estructura del episodio, dividiéndolo en segmentos informativos y destacando las frases o temas más importantes.

- Estructura del programa:
 1. Introducción del invitado
 - 1.1. Vida de atleta
 - 1.2. Vida profesional

- 1.3. Redes sociales
2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
3. ¿Qué es ser fitness?
4. Temas de conversación a tratar: Paso de karate a la preparación física, entrenamiento personal, centro de entrenamiento, emprendimiento, WKF, valores, hábitos y pódcast.
5. ¿Cuál ha sido tu momento más *glow*? Un pequeño cambio que te hizo dar ese clic.
6. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
7. Despedida

Las nociones principales se organizaron de la siguiente manera.

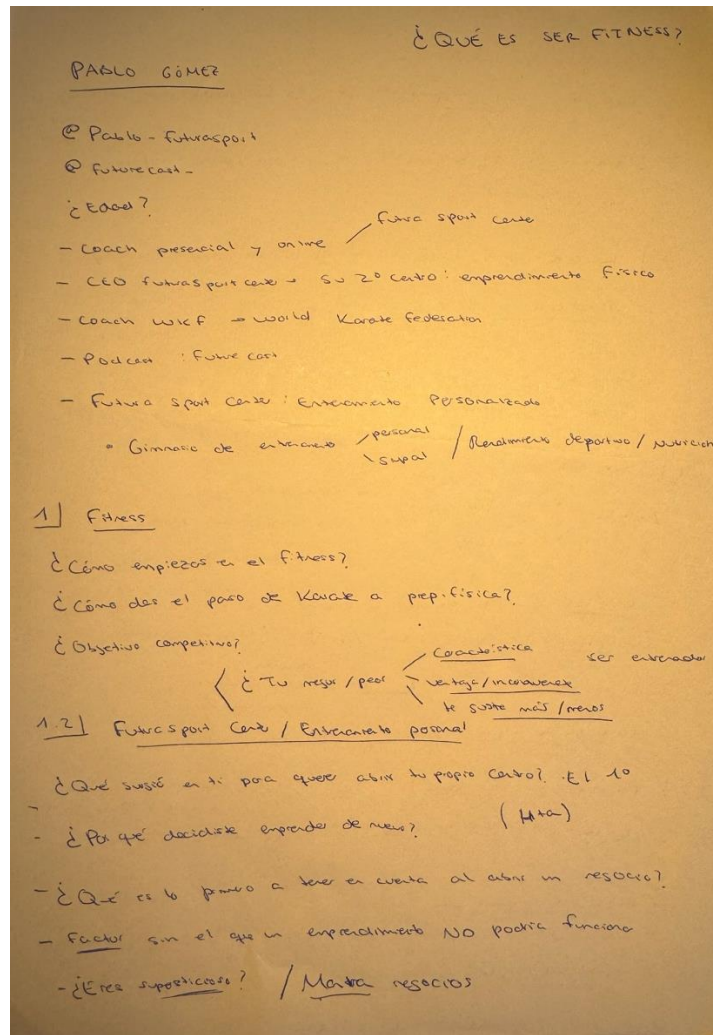


Imagen 61. Estructura/ideas principales episodio 3. Fuente: Elaboración propia.

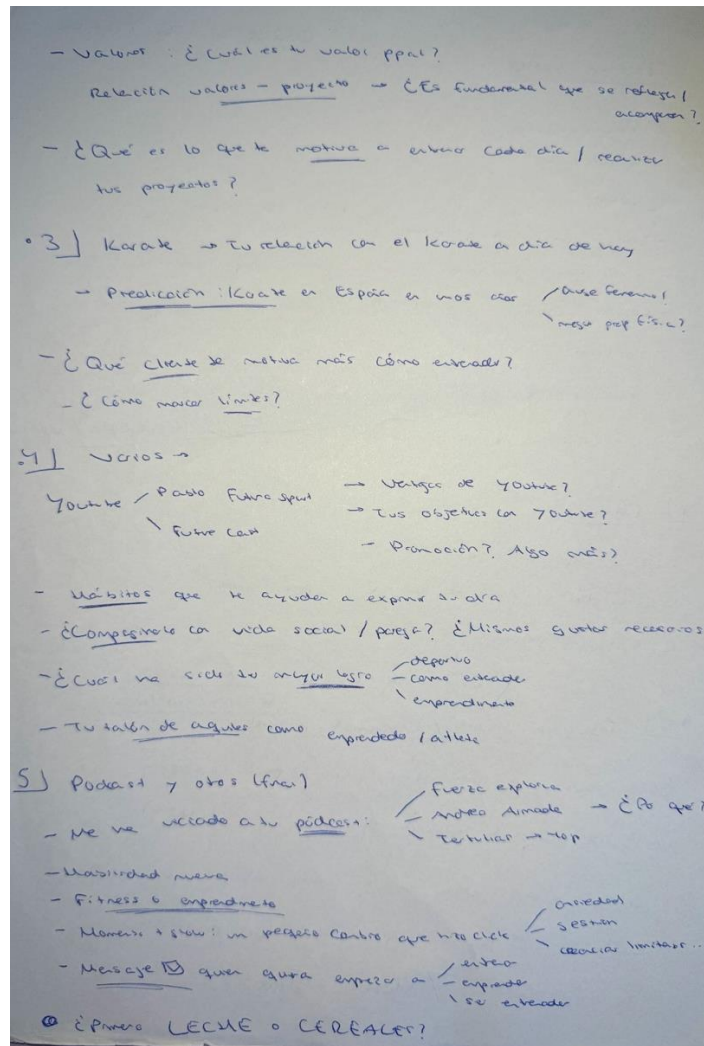


Imagen 62. Estructura/ideas principales episodio 3. Fuente: Elaboración propia.

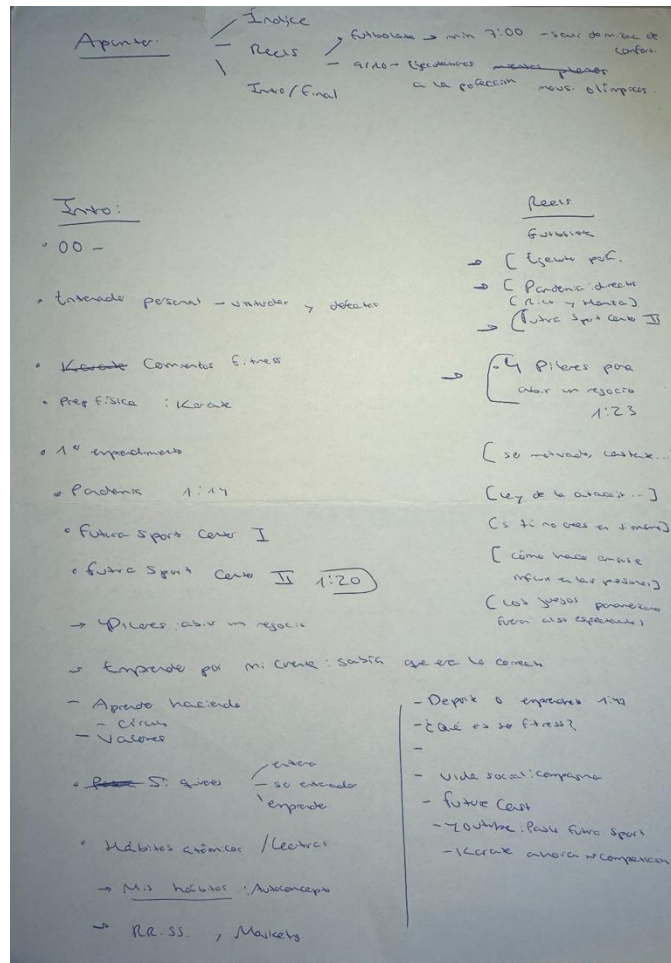


Imagen 63. Estructura/ideas principales episodio 3. Fuente: Elaboración propia.

5.2. Producción

5.2.1. Grabación

El martes 16 de enero tuvo lugar la entrevista con Pablo Gómez en su apartamento de Rivas Vaciamadrid. Hasta el momento, ha sido la charla más fácil y cómoda que se ha dado en el programa. La experiencia del invitado en el ámbito comunicativo y su capacidad para transmitir, explicar y mostrar la realidad fue, sin duda, el secreto del éxito.

En cuanto a los aspectos técnicos, como ya se ha mencionado, Pablo se ocupó de todo lo necesario y el resultado fue estupendo, logrando así el primer capítulo con dos cámaras y puntos de vista.

5.3. Postproducción

5.3.1. Organización y selección del material

Al llevar a cabo la labor de revisión y visionado de los videos y audio se comprobó que todo había salido según lo esperado. Todos los elementos se exportaron correctamente y se seleccionaron los fragmentos destacados para utilizar en redes sociales y de forma estratégica.

5.3.2. Montaje y edición

Pese a que los programas utilizados para cada una de las tareas fueron los que ya se han comentado en el resto de los apartados: Audacity, Davinci Resolve, CapCut y Canva; fue necesario repasar algunos tutoriales para introducir la doble perspectiva de cámara en la edición multicámara.

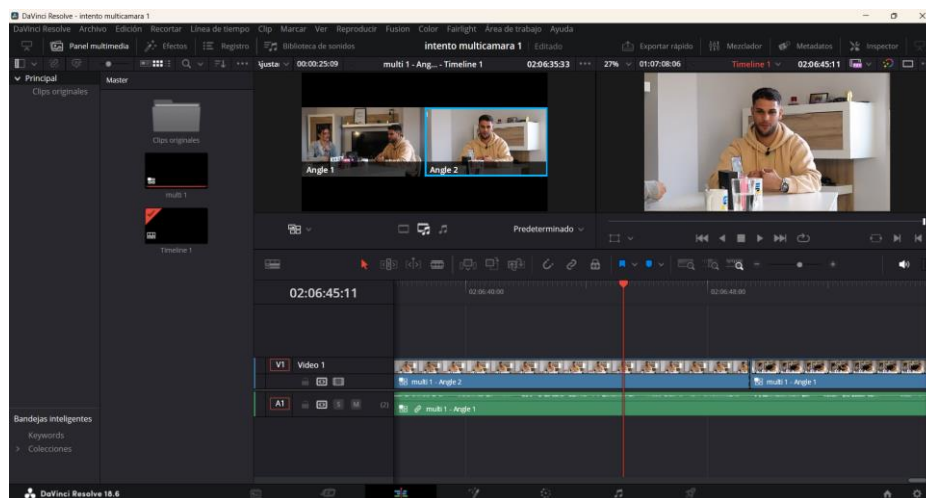


Imagen 64. Postproducción audiovisual Episodio 3 de “Ready to Grow”.

Fuente: Elaboración propia.

Para la creación de la portada para el video de YouTube en Canva, esta vez se cambió ligeramente la composición visual de la imagen, dando algo más protagonismo al invitado.



Imagen 65. Portada para YouTube Episodio 3 de "Ready to Grow". Fuente: Elaboración propia.

5.3.3. Plataformas y RR.SS.

Después de exportar el contenido, se publicó en las diversas plataformas previamente mencionadas. Los shorts creados con CapCut se subieron a Instagram y TikTok de acuerdo con la planificación inicial. La publicación en YouTube y Spotify for Podcasters se había vuelto cada vez más sistemática y sencilla de realizar.



Descripción



Pablo Gómez es un coach deportivo que con solo 24 años ya ha abierto su segundo centro de entrenamiento personalizado, Futura Sport Center (Rivas) y va camino del siguiente. Además de su faceta de emprendedor, Pablo ha sido competidor de Karate desde muy pequeño y, actualmente, es coach de atletas de élite en la WKF (World Karate Federation) que están disputando campeonatos mundiales.

Pero, lo que más me ha SORPRENDIDO al hablar con él ha sido su carisma y la claridad y la pasión con la que habla, estoy muy segura de que a todos os va a encantar esta charla porque es IMPOSIBLE no escucharlo y yo salí MOTIVADÍSIMA tras esta conversación.

Podeis ver a Pablo en su podcast FutureCast (lo recomiendo mil, me tiene viciadísima) y también en su canal de Youtube personal [@PabloFuturaSport](#)

Muchísima suerte en tus proyectos Pablo, aunque estoy convencida de que vas a llegar muy muy lejos. Con que alguien aprenda una quinta parte de lo que aprendí yo, soy felizzzzz.

Imagen 66. Perfil/ canal de YouTube de “Ready to Grow” Episodio 3. Fuente:
Elaboración propia.

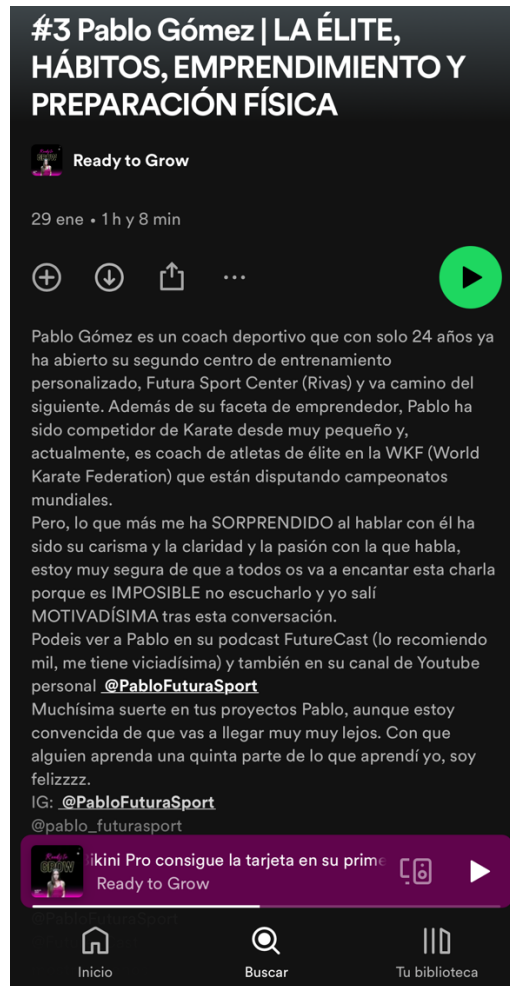


Imagen 67. Feed/ perfil en Spotify de “Ready to Grow” Episodio 3. Fuente: Elaboración propia.

5.4. Resumen del capítulo

Pablo Gómez es un coach deportivo que con solo 24 años ya ha abierto su segundo centro de entrenamiento personalizado, “Futura Sport Center” (Rivas) y va camino del siguiente. Además de su faceta de emprendedor, Pablo ha sido competidor de Karate desde muy pequeño y, actualmente, es coach de atletas de élite en la WKF (World Karate Federation) que están disputando campeonatos mundiales.

Pero, lo que más me ha sorprendido al hablar con él ha sido su carisma y la claridad y la pasión con la que habla, estoy muy segura de que a todos os va a

encantar esta charla porque es imposible no escucharlo y yo salí motivadísima tras esta conversación.

Podéis ver a Pablo en su pódcast “FutureCast” (lo recomiendo mil, me tiene viciadísima) y también en su canal de YouTube personal [@PabloFuturaSport](#).

Muchísima suerte en tus proyectos Pablo, aunque estoy convencida de que vas a llegar muy muy lejos. Con que alguien aprenda una quinta parte de lo que aprendí yo, soy feliz.

Tras la introducción y adelanto del contenido del capítulo, aclarar cuál fue el esquema o estructura que se siguió, ya mencionado en las otras ocasiones.

1. Introducción del invitado
a. Vida de atleta
b. Vida profesional
c. Redes sociales
2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
3. ¿Qué es ser fitness?
4. <ul style="list-style-type: none"> a. Karate profesional a preparación física b. Centro de entrenamiento personal c. WKF d. Valores e. Hábitos f. Emprendimiento y pódcast
5. ¿Cuál ha sido tu momento más glow? Un pequeño cambio que te hizo dar ese click.
6. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
7. Despedida

Tabla 3. Estructura / Pauta Episodio 3 de “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.

6. CAPÍTULO CUATRO

6.1. Preproducción

6.1.1. *Idea y planteamiento*

Tuve la oportunidad de conocer a la atleta híbrida de culturismo y carreras de obstáculos, Ruth Estudillo, porque compartimos gimnasio de entrenamiento, el “Fitness Park” de Oasis (Torrejón de Ardoz). Cuando pude ver de cerca los esfuerzos que hacía para sacar adelante su marca personal, ropa, equipo de asesorías, *e-books* y *paper’s* informativos, su propia preparación y demás, tuve claro que necesitaba conocer su camino y compartirlo con la audiencia.

6.1.2. *Recursos y plan de grabación*

Gracias al aprendizaje adquirido tras los errores cometidos y al asesoramiento de David García-Marín, mi tutor del trabajo, se decidió utilizar otros recursos técnicos de grabación. El audio se grabó con la mesa de sonido disponible en la sala de radio de la URJC de Vicálvaro y con la ayuda de David. El video, además del plano panorámico con el iPhone 15 pro en modo cine, se utilizó una cámara digital 4K 48MP para la grabación del primer plano de la atleta y otro trípode igual para sostenerla.

El resto de material, como el atrezzo, fue el habitual. Estos medios se emplearán del mismo modo en los programas venideros.



Imagen 68. Set de grabación. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 69. Entrevista con Ruth Estudillo en “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 70. Atrezzo Episodio 4. Fuente: Elaboración propia.



Imagen 71. Equipo de grabación. Fuente: Elaboración propia.

- Estructura del programa:
 1. Introducción del invitado
 - 1.1. Vida de atleta
 - 1.2. Vida profesional
 - 1.3. Redes sociales
 2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
 3. ¿Qué es ser fitness?
 4. Temas principales: Competición, AECN, Kron Fitness, emprender, YouTube, anorexia, ronda de preguntas rápidas.
 5. ¿Cuál ha sido tu momento más *glow*? Un pequeño cambio que te hizo dar ese clic.
 6. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
 7. Despedida

A continuación, la plantilla que se utilizó durante la conversación.

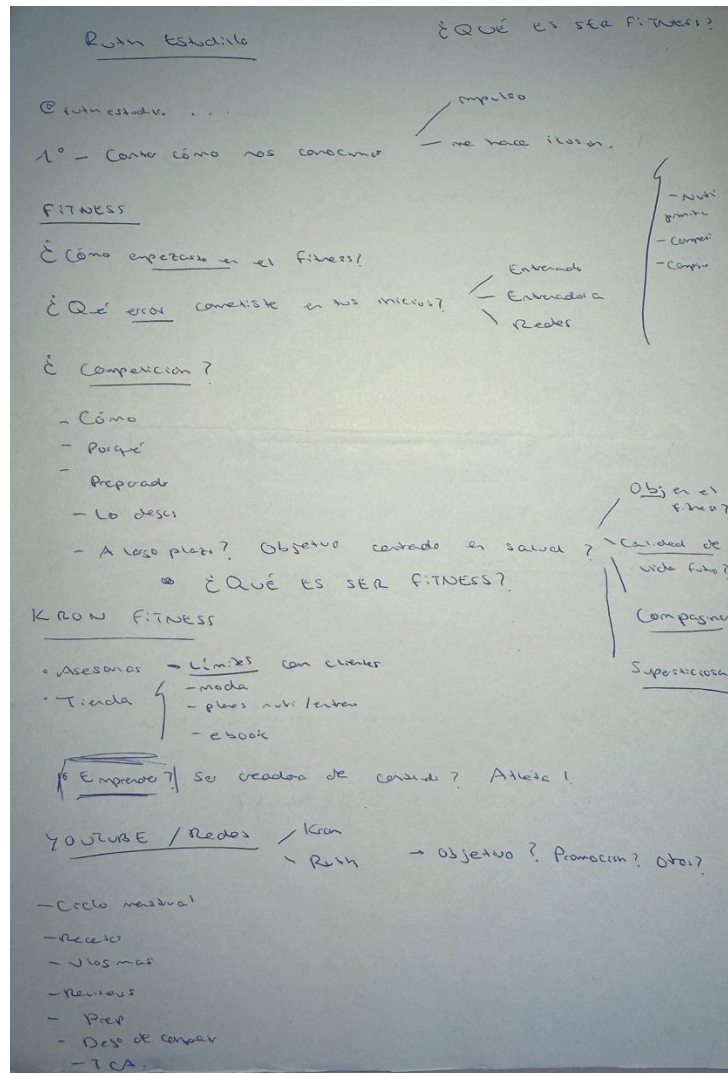


Imagen 72. Estructura/ideas principales episodio 4. Fuente: Elaboración propia.

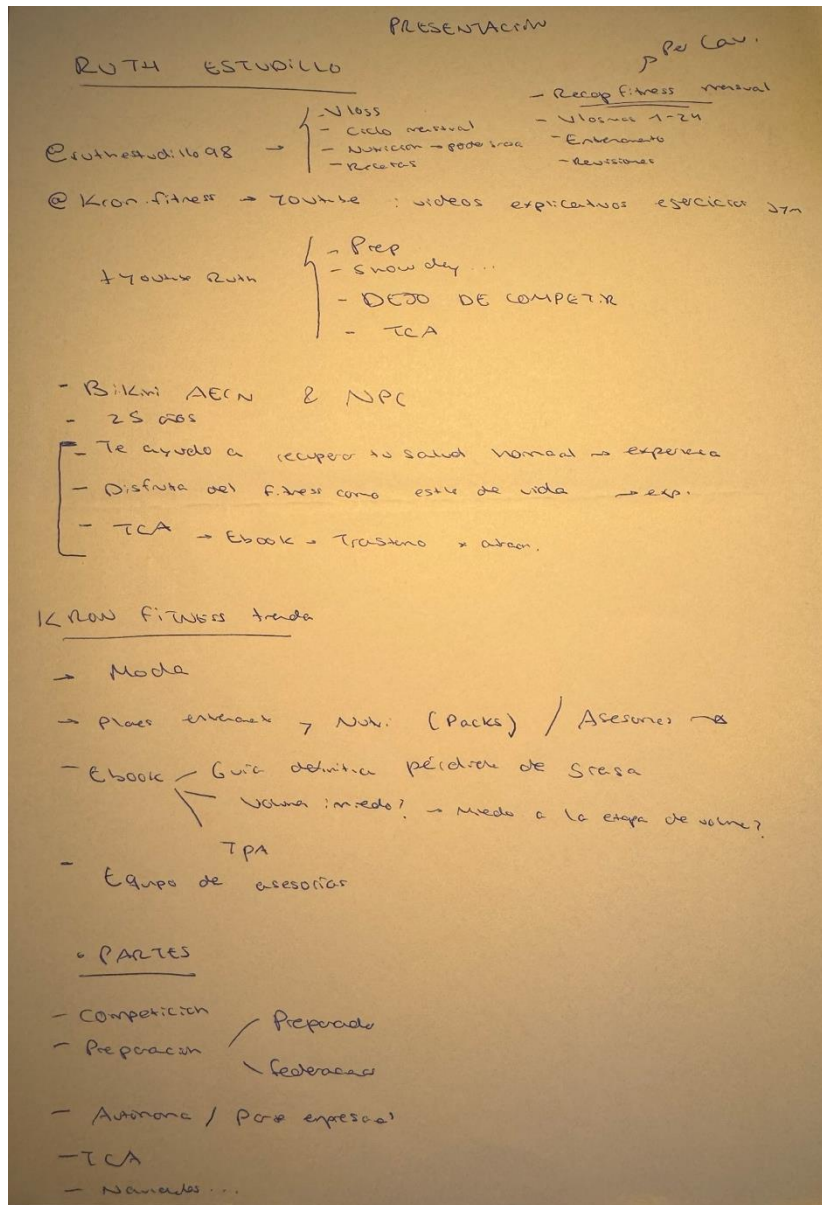


Imagen 73. Estructura/ideas principales episodio 4. Fuente: Elaboración propia.

6.2. Producción

6.2.1. Grabación

El jueves 18 de enero a las 17:00 de la tarde se citó a Ruth Estudillo, exestudiante de la URJC en el campus de Vicálvaro. Con la ayuda de David todo salió genial a nivel de audio y *timing*. También fue la primera vez que se probaba a grabar

con dos cámaras, y, aunque la calidad de la cámara digital dejó un poco que desear, enriqueció notablemente el resultado más tarde.



Imagen 74. Entrevista con Ruth Estudillo en “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.

6.3. Postproducción

Se editó con los programas habituales: Audacity, Davinci Resolve, CapCut y Canva, obteniendo el resultado que se publicó en las diferentes redes sociales. Por un lado, el capítulo completo en YouTube y Spotify for Podcasters. Por otro, los *shorts* o *reels* en Instagram y TikTok.

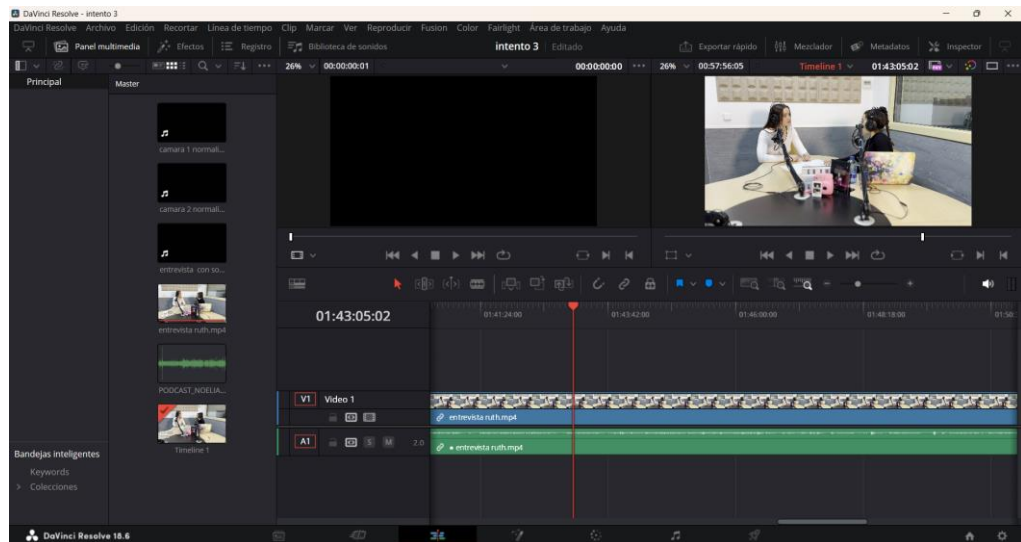


Imagen 75. Postproducción audiovisual Episodio 4 de “Ready to Grow”.

Fuente: Elaboración propia.



Imagen 76. Portada para YouTube Episodio 4 de “Ready to Grow”. Fuente:

Elaboración propia.

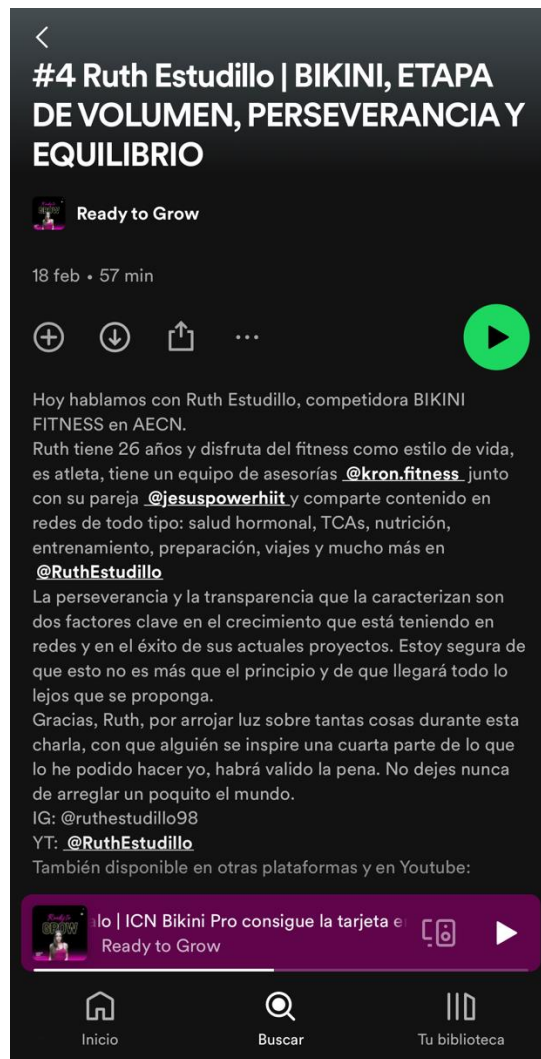


Imagen 77. Feed/ perfil en Spotify de “Ready to Grow” Episodio 4. Fuente: Elaboración propia.



Descripción



Hoy hablamos con Ruth Estudillo, competidora BIKINI FITNESS en AECN.

Ruth tiene 26 años y disfruta del fitness como estilo de vida, es atleta, tiene un equipo de asesorías [@kron.fitness](#) junto con su pareja [@jesuspowershiit](#) comparte contenido en redes de todo tipo: salud hormonal, TCAs, nutrición, entrenamiento, preparación, viajes y mucho más en [@RuthEstudillo](#)

La perseverancia y la transparencia que la caracterizan son dos factores clave en el crecimiento que está teniendo en redes y en el éxito de sus actuales proyectos. Estoy segura de que esto no es más que el principio y de que llegará todo lo lejos que se proponga.

Gracias, Ruth, por arrojar luz sobre tantas cosas durante esta charla, con que alguien se inspire una cuarta parte de lo que lo he podido hacer yo, habrá valido la pena. No dejes nunca de arreglar un poquito el mundo.

IG: [@ruthstudillo98](#)

YT: [@RuthEstudillo](#)

Imagen 78. Perfil/ canal de YouTube de “Ready to Grow” Episodio 4. Fuente: Elaboración propia.

6.4. Resumen del capítulo

- Resumen del programa:

Hoy hablamos con Ruth Estudillo, competidora ‘bikini’ fitness en AECN.

Ruth tiene 26 años y disfruta del fitness como estilo de vida, es atleta, tiene un equipo de asesorías [@kron.fitness](#) junto con su pareja [@jesuspowershiit](#)

comparte contenido en redes de todo tipo: salud hormonal, TCA, nutrición, entrenamiento, preparación, viajes y mucho más en [@RuthEstudillo](#).

La perseverancia y la transparencia que la caracterizan son dos factores clave en el crecimiento que está teniendo en redes y en el éxito de sus actuales proyectos. Estoy segura de que esto no es más que el principio y de que llegará todo lo lejos que se proponga.

Gracias, Ruth, por arrojar luz sobre tantas cosas durante esta charla, con que alguien se inspire una cuarta parte de lo que lo he podido hacer yo, habrá valido la pena. No dejes nunca de arreglar un poquito el mundo.

- Estructura

1. Introducción del invitado
a. Vida de atleta
b. Vida profesional
c. Redes sociales
2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
3. ¿Qué es ser fitness?
1. Competición 'bikini' fitness
2. AECN
3. Kron Fitness
4. Emprender
5. Anorexia
6. Fast Quiz
4. ¿Cuál ha sido tu momento más <i>glow</i>? Un pequeño cambio que te hizo dar ese clic.
5. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
6. Despedida

Tabla 4. Estructura / Pauta Episodio 4 de “Ready to Grow”. Fuente: Elaboración propia.

7. CAPÍTULO CINCO

7.1. Preproducción

7.1.1. Idea y planteamiento

Tras conocer la experiencia de tres atletas femeninas que compiten en la actualidad, era imperativo traer las vivencias de un atleta femenino dentro de este ámbito. Daniel Rea, también conocido como “Iceman” se buscó por su experiencia como competidor en la categoría culturismo, por ser atleta de la federación natural más importante del mundo (WNBF) y por su pronta preparación e inicio de temporada.

7.1.2. Recursos y plan de grabación

En este caso, los recursos utilizados fueron exactamente los mismos que en el episodio anterior con Ruth.



Imagen 79. Atrezzo Episodio 5. Fuente: Elaboración propia.

- Estructura del programa:
 1. Introducción del invitado
 - 1.1. Vida de atleta
 - 1.2. Vida profesional
 - 1.3. Redes sociales
 2. ¿Cómo empezaste en el fitness?
 3. ¿Qué es ser fitness?
 4. Temática: Uso de química, WNBF, polígrafo, cheat meal, la secta del culturismo natural, vivir fuera de España.
 5. ¿Cuál ha sido tu momento más *glow*? Un pequeño cambio que te hizo dar ese clic.
 6. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
 7. Despedida

Plantilla que se siguió y momentos destacados de la conversación, que fueron marcados posteriormente para la selección de material con el que se crearía el contenido de redes.

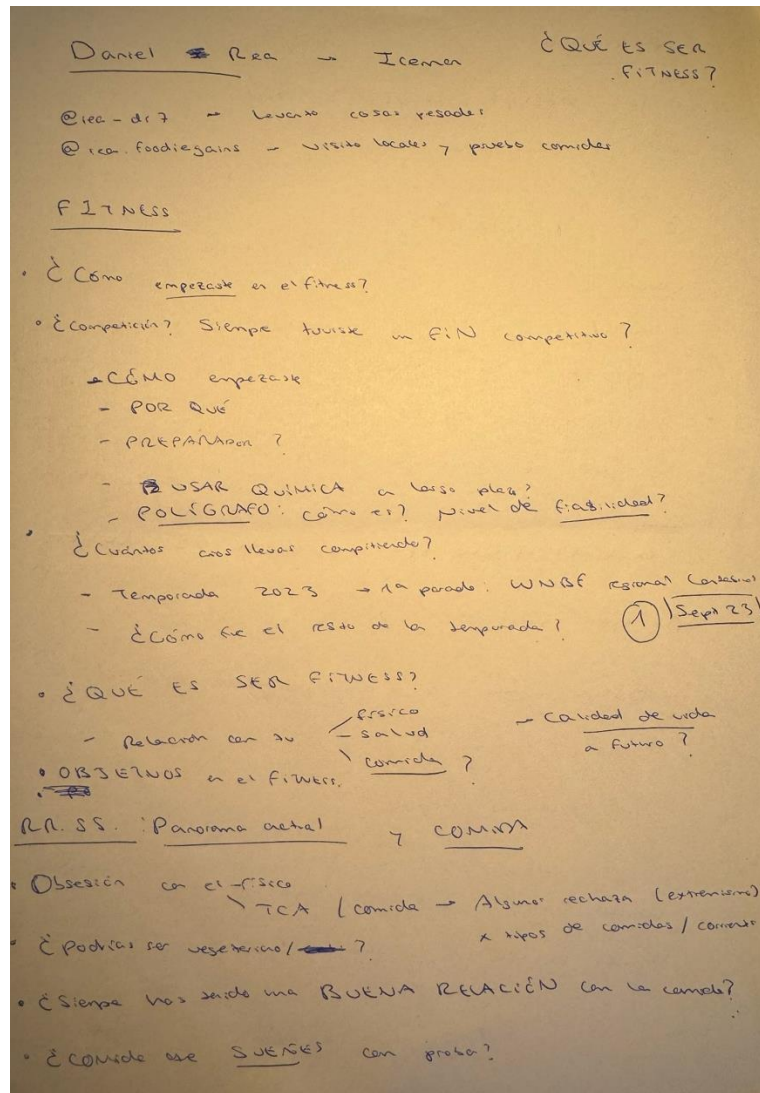


Imagen 80. Estructura/ideas principales episodio 5. Fuente: Elaboración propia.

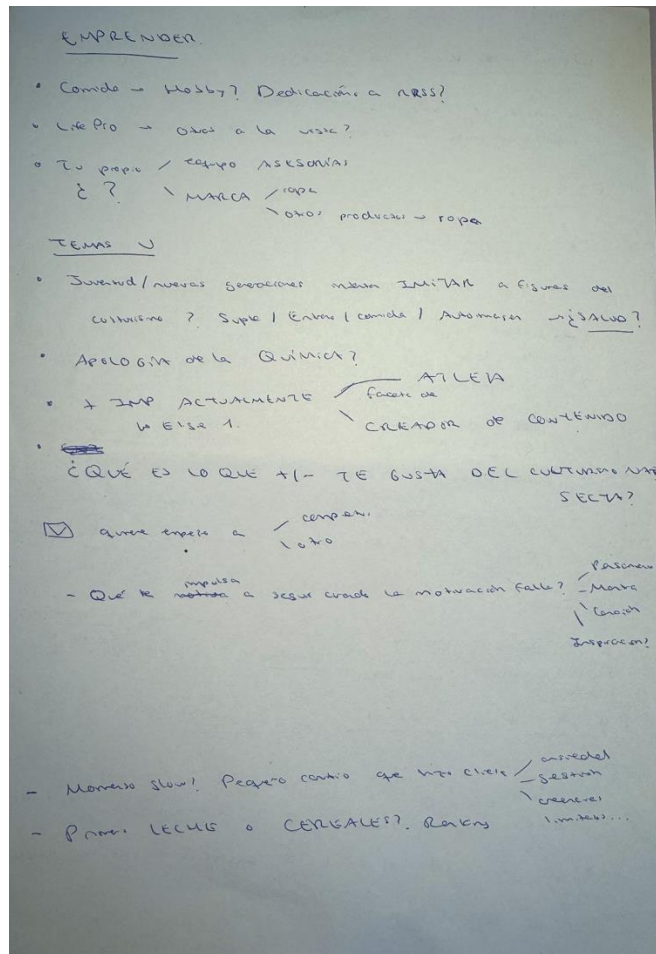


Imagen 81. Estructura/ideas principales episodio 5. Fuente: Elaboración propia.

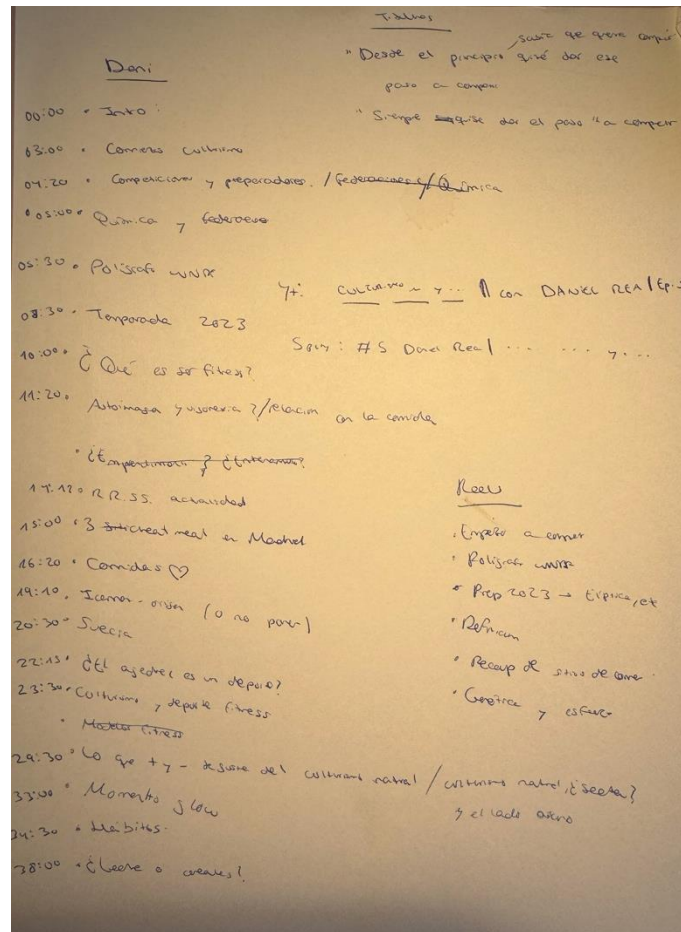


Imagen 82. Estructura/ideas principales episodio 5. Fuente: Elaboración propia.

7.2. Producción

7.2.1. Grabación

El jueves 15 de febrero a las cinco de la tarde comenzó la grabación del quinto capítulo que cerraría el primer bloque de episodios publicados de "Ready to Grow" en los estudios de grabación habituales. La realidad es que la duración fue algo menor que en el resto de los capítulos, dado que el hándicap de tener charlas naturales es que, a veces, puede que el invitado no colabore lo suficiente o no se consiga crear un clima de intimidad y complicidad en el que los temas fluyan solos y se alarguen según lo planeado.

En cuanto a los aspectos técnicos, en cambio, todo salió mejor que nunca. La práctica y repetición del proceso es notable en el resultado, comodidad y velocidad de acción.



Imagen 83. Set de grabación. Fuente: Elaboración propia.

7.3. Postproducción

El contenido se editó utilizando los programas habituales: Audacity, Davinci Resolve, CapCut y Canva, logrando el resultado que se publicó en diversas redes sociales. Por un lado, el episodio completo se subió a YouTube y Spotify for Podcasters. Por otro, los *shorts* o *reels* se compartieron en Instagram y TikTok.



Imagen 84. Portada para YouTube Episodio 5 de "Ready to Grow". Fuente: Elaboración propia.



Imagen 85. Feed/ perfil en Spotify de "Ready to Grow" Episodio 5. Fuente: Elaboración propia.



Descripción



Daniel Rea nos cuenta su proceso como culturista natural amateur y su paso por las diferentes federaciones. Hablamos de química, preparaciones, entrenadores y próximos objetivos. ¿El origen de "Iceman"? ¿el ajedrez es un deporte? ¿el lado oscuro del culturismo natty? Rea nos adelanta su calendario de competiciones para la temporada 2024 y sorprende con su honestidad x100.

Gracias Dani, ahora se algo más de culturismo y tengo un amigo top.

IG: @rea_dr7
@rea.foodiegains

Spotify: <https://podcasters.spotify.com/pod/sh...>

-Índice:

00:00 Intro
03:00 Comienzos culturismo
04:20 Competición y preparadores
05:00 Química y federaciones
05:30 Polígrafo WNBF
07:30 Temporada 2023
10:00 ¿Qué es ser fitness?
14:10 RR.SS. y actualidad

Imagen 86. Perfil/ canal de YouTube de “Ready to Grow” Episodio 5. Fuente: Elaboración propia.

7.4. Resumen del capítulo

- Descripción:

Daniel Rea nos cuenta su proceso como culturista natural amateur y su paso por las diferentes federaciones. Hablamos de química, preparaciones, entrenadores y próximos objetivos. ¿El origen de "Iceman"? ¿el ajedrez es un deporte? ¿el

lado oscuro del culturismo *natty*? Rea nos adelanta su calendario de competiciones para la temporada 2024 y sorprende con su honestidad x100. Gracias Dani, ahora se algo más de culturismo y tengo un amigo top.

- Estructura

1. Introducción del invitado
d. Vida de atleta
e. Vida profesional
f. Redes sociales
1. ¿Cómo empezaste en el fitness?
2. ¿Qué es ser fitness?
3.
a. Uso de química
b. WNBF
c. Polígrafo
d. Cheat meal
e. Culturismo natural y rechazo
f. Vivir fuera de España
4. ¿Cuál ha sido tu momento más glow? Un pequeño cambio que te hizo dar ese click.
5. Ranking de invitados en el que se apunta la respuesta a esta pregunta, ¿primero la leche o los cereales?
6. Despedida

Tabla 5. Estructura / Pauta Episodio 5 de “Ready to Grow”. Fuente:
Elaboración propia.

8. CONCLUSIONES

“Ready to Grow” ha sido un proyecto de carácter práctico en formato pódcast que se ha llevado a cabo con el objetivo de explorar las historias de diversos atletas nacientes, vertientes como el culturismo, trastornos alimenticios, nutrición, emprendimiento y crecimiento en el mundo del fitness.

Teniendo en cuenta los objetivos planteados, sin duda se ha logrado mejorar las capacidades relacionadas con la locución, la grabación o edición del audio y

video, además del control y uso de plataformas como Spotify o YouTube; aunque queda mucho por progresar aún. También se ha realizado con éxito la creación de un pódcast para plataformas públicas y se ha podido aprender de los errores en el modo de emplear los recursos y se han mejorado a lo largo de la producción.

Tras haber realizado el trabajo de elaboración de un pódcast sin apenas ayuda y haber aprendido de grandes profesionales del mundo del deporte, se puede afirmar que llevar a cabo una producción (aunque sea amateur) es algo que implica trabajo, esfuerzo y tiempo a partes iguales. También he podido confirmar que me gusta hablar con las personas, hacer entrevistas, aprender de ellas y crear contenido para los demás. Por lo que, mi objetivo personal de comprobar el camino que quiero seguir ha sido, de igual forma, cumplida.

A partir de este momento y tras los cinco episodios presentados, "Ready to Grow" va a tomar una pausa para organizar contenido y adelantar grabaciones, pero se seguirá publicando quincenalmente cuando comience la segunda temporada en julio de 2024.

9. BIBLIOGRAFÍA

- Bastero, M. (2022, octubre 31). Historia de Spotify: nacimiento y evolución del líder de la música en streaming. [En Marketing 4 Ecommerce] Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/historia-despotify-del-lider-de-la-musica-en-streaming/>.
- Berry, R. (2006). Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. *Convergence*, 12(2), pp. 143-162.
- Canglialosi, G., Irelan, R., Bourquin, T. & Vogele, C. (2008). *Podcast Academy: The Business Podcasting Book: Launching, Marketing, and Measuring Your Podcast*. Taylor & Francis.
- Jiménez, A. (2012). *Aclarando conceptos: Engagement en Comunicación*.

- López Vidales, N. y Gómez Rubio, L. (2014). La democratización del proceso comunicativo en radio: los jóvenes prosumidores. *Vivat Academia*, (126), pp. 31- 53.
- Morató, J. (2011). *Comunciació i estratègia. L'empresa vista a través de les ulleres de la comunicació*. UOC.
- Moreno, M. (2015). *Cómo triunfa en las redes sociales*. GESTION 2000.
- Parlatore, B. Delménico, M., Beneitez, M. E., Clavelino, M., Di Marzio, M. y Gratti, A. L. (2020). *El podcast y el desafío de repensar lo radiofónico*, Buenos Aires.
- Pérez, J. I. G. y Gallego, J. I. (2010). *Podcasting. Neuvos modelos de distribución para los contenidos sonoros (Vol. 17)*. UOC
- Ramos García, A. y Caurcel Cara, M. (2011). *Los podcasts como herramienta de enseñanza-aprendizaje en la universidad*. Profesorado. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 15(1), pp. 151-162.
- Rojas, P. y Redondo, M. (2013). *Cómo preparar un plan de Social Media Marketing*. GESTION 2000.
- Sellas, T. (2012). *El Podcasting: La (R)evolución Sonora*. UOC.

10. ANEXOS

10.1. Ficha técnica

TÍTULO	“Ready to Grow”
AUTOR	Noelia Díaz Ramírez
DURACIÓN	45-55 minutos
FORMATO DE FILMACIÓN	MP3 y MP4
SINOPSIS ARGUMENTAL	El pódcast fitness de Noelia Díaz en el que se habla con atletas y otros profesionales como nutricionistas,

	psicólogos, entrenadores o emprendedores. Conversaciones sobre preparaciones, salud mental, competiciones o emprender en el deporte y otros temas de una forma natural y orgánica. “Ready to grow, ready to glow”.
GÉNERO DEL PROGRAMA	Deportivo
FRECUENCIA	Quincenal
PÚBLICO OBJETIVO	Todos los públicos

Tabla 6. Ficha técnica pódcast “Ready to Grow”

10.2. Enlaces a los episodios en YouTube y Spotify

- <https://youtu.be/Jqa-iVZJtu0?si=iirJ25md-UfkPIXF>
- <https://youtu.be/J44tgMSKoe4?si=VJC17RQ5OZY9TTC3>
- https://youtu.be/hrTDqfqg3pc?si=qJ_gDE94WQzSnQRy
- <https://youtu.be/5ukLacr5ZUI?si=nZ1p5IkWBXzftlaH>
- https://youtu.be/9j6tusuC_Pw?si=PSgZRIRHLSn7tqTc

- <https://open.spotify.com/episode/61PicyXLaToDGZwEoGNAG4?si=6HWlkkYcQVCY9IxtA04DuA>
- <https://open.spotify.com/episode/4VqZnNxRXIVq50bedO9ExW?si=o1F8nfnSQ6e3Xs-WFEZIOA>
- https://open.spotify.com/episode/0CwwXsEiGY6Y8L4OLpVfC8?si=oqEqcaZ1TLiBkMBx1xr7_Q
- <https://open.spotify.com/episode/35X6XY3HvANlppVjNCIIhV?si=lwwFlgwzSs-83cFip2Y5hA>
- <https://open.spotify.com/episode/6K8Hyr1B0KjSLjoLeGI0pY?si=A4gvUV67RSmX1Nd5u-1WcQ>