



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación y Publicidad

“ANÁLISIS DEL PODCAST BBVA APRENDEMOS
JUNTOS: PROYECTO EDUCATIVO ‘A MI YO
ADOLESCENTE’ COMO MEDIO DE
COMUNICACIÓN DIGITAL”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Comunicación y Publicidad

Autora:

Alejandra Patricia Alvarez Vasquez

Asesora:

Mg. Claudia Isabel Llanos Vera

Lima - Perú

2022

DEDICATORIA

En primer lugar, quiero dedicar este trabajo a mi papá Grober Alvarez, por ser mi más grande motivación a lo largo de mi vida y sobre todo en mi etapa universitaria, por haber depositado su confianza en mis habilidades y capacidades, siendo este un gran paso para mi futuro profesional.

A mi mamá Azalia Vásquez, por su invaluable apoyo, consejos y amor incondicional.

A mis queridos hermanos Grover, Sergio, Diana, Claudia y Carla puesto que, gracias a su constante apoyo, comprensión y entusiasmo depositado en mí, lograr esta meta ha sido gratificante.

A mis profesores, que fueron la fuente de inspiración en la construcción de mi identidad como profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento especial a mi querida asesora Claudia Isabel Llanos Vera, por ser guía y apoyo constante, que ha contribuido a mi enriquecimiento académico y desarrollo profesional.

TABLA DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO.....	3
TABLA DE CONTENIDOS	4
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	6
RESUMEN	10
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	27
CAPÍTULO III. RESULTADOS	35
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	102
REFERENCIAS	109
ANEXOS	114

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Ficha de observación del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021</i>	35-36
Tabla 2. <i>Ficha de observación del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021</i>	37-51
Tabla 3. <i>Ficha de observación del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021</i>	65-66
Tabla 4. <i>Ficha de observación del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021</i>	68-69
Tabla 5. <i>Ficha de observación del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021</i>	70-84
Tabla 6. <i>Ficha de observación del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021</i>	99-100

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Experto del episodio número cuatro, Gregori Luri, filósofo y profesor. Fecha 19 de junio de 2021</i>	34
Figura 2. <i>Post de Facebook del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 17 de junio de 2021</i>	52
Figura 3. <i>Primer highlight de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 17 de junio de 2021</i>	52
Figura 4. <i>Segundo highlight de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 17 de junio de 2021</i>	53
Figura 5. <i>Tercer highlight de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 17 de junio de 2021</i>	53
Figura 6. <i>Primer post de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 15 de junio de 2021</i>	54
Figura 7. <i>Segundo post de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 15 de junio de 2021</i>	54
Figura 8. <i>Tercer post de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 16 de junio de 2021</i>	55
Figura 9. <i>Primer tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 12 de junio de 2021</i>	56
Figura 10. <i>Segundo tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021</i>	57
Figura 11. <i>Tercer tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021</i>	57

Figura 12. <i>Cuarto tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”.</i> <i>Fecha 13 de junio de 2021</i>	58
Figura 13. <i>Quinto tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”.</i> <i>Fecha 13 de junio de 2021</i>	59
Figura 14. <i>Sexto tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021</i>	59
Figura 15. <i>Séptimo tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”.</i> <i>Fecha 13 de junio de 2021</i>	60
Figura 16. <i>Octavo tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”.</i> <i>Fecha 15 de junio de 2021</i>	61
Figura 17. <i>Producto audiovisual en YouTube del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021</i>	62
Figura 18. <i>Blog del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021</i>	62
Figura 19. <i>Perfil de Spotify del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021</i>	63
Figura 20. <i>Perfil de iVoox del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021</i>	63
Figura 21. <i>Perfil de Google Podcasts del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 18 de junio de 2021</i>	64
Figura 22. <i>Perfil de Apple Podcasts del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 18 de junio de 2021</i>	64

Figura 23. <i>Experto del episodio número cinco, José Antonio Marina, filósofo. Fecha 26 de junio de 2021</i>	67
Figura 24. <i>Experto del episodio número cinco, José Antonio Marina, filósofo. Fecha 26 de junio de 2021</i>	85
Figura 25. <i>Primer highlight de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 24 de junio de 2021</i>	86
Figura 26. <i>Segundo highlight de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 24 de junio de 2021</i>	87
Figura 27. <i>Tercer highlight de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 24 de junio de 2021</i>	88
Figura 28. <i>Primer post de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 22 de junio de 2021</i>	88
Figura 29. <i>Segundo post de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 22 de junio de 2021</i>	89
Figura 30. <i>Tercer post de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 23 de junio de 2021</i>	89
Figura 31. <i>Cuarto post de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 25 de junio de 2021</i>	90
Figura 32. <i>Primer tweet de Twitter, el tráiler del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 19 de junio de 2021</i>	90
Figura 33. <i>Segundo tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 25 de junio de 2021</i>	91

Figura 34. Tercer tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021	91
Figura 35. Cuarto tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021	92
Figura 36. Quinto tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021	93
Figura 37. Sexto tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021	94
Figura 38. Séptimo tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021	95
Figura 39. Producto audiovisual en YouTube del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021.....	95
Figura 40. Blog del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021	96
Figura 41. Perfil de Spotify del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021.....	96
Figura 42. Perfil de iVoox del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 29 de junio de 2021.....	97
Figura 43. Perfil de Google Podcasts del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 25 de junio de 2021	97
Figura 44. Perfil de Apple Podcasts del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 25 de junio de 2021	98

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar el podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital. Este trabajo es de tipo descriptivo con enfoque cualitativo y método fenomenológico, utilizándose la muestra de los episodios número cuatro cuyo título es *Libertad* y número cinco con el título *Miedo* a los cuales se aplicó el instrumento de la ficha de observación con la finalidad de obtener la información que sirva de aporte de una estimación adecuada de la situación de la variable. Se concluye en la investigación que, la imagen corporativa de la entidad financiera BBVA es beneficiada debido al uso del podcast como estrategia de comunicación, siendo piezas fundamentales la difusión en sus plataformas y canales digitales. Se refuerza entonces que, el desarrollo del posicionamiento a través de las temáticas en los episodios enfocados en el *target* primario (los jóvenes) tiene como objetivo los clientes potenciales de la marca BBVA. Así como la fidelización que se logra en el *target* secundario (los padres de familia) quienes son los clientes en la actualidad.

Palabras clave: podcast, contenido, difusión, segmentación, BBVA, expertos, panelistas, menciones, plataformas digitales, *target*.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad, los jóvenes tienen un ajetreado estilo de vida debido a que muchos de ellos trabajan y estudian. La comunicación digital forma parte de su rutina diaria y esta ha crecido notablemente, sobre todo en el formato del podcast debido a la cercanía con los usuarios. A los jóvenes les resulta atractivo porque les permite elegir cuándo y dónde escucharlo, puesto que viven en la era de la inmediatez. Es así como da lugar a considerar estudiar al podcast por su importancia como medio de comunicación digital.

La creciente aceptación del podcast como formato de radio a la carta e, incluso, la exitosa irrupción en algunos mercados de los altavoces inteligentes (dispositivos que interactúan a partir de la voz y en los que el audio se convierte en herramienta básica) pueden ser consideradas como aliadas en esta apuesta por incentivar el interés y la atracción por el sonido, que aun así solo podrá materializarse si su medio de referencia, la radio, demuestra el cuidado y el protagonismo de su lenguaje natural al margen del envoltorio con que sea distribuido. (Pedrero, Pérez-Maillo y Sánchez, 2019)

Analizando el contexto internacional, se encontró la publicación del diario El País en el 2019, la cual menciona que en el modo en el que los jóvenes escuchan se puede detectar algunas de las razones del auge del podcast: “La mayoría escucha a través de teléfonos inteligentes y auriculares cuando están en movimiento, pero también en casa, donde conectarán el teléfono inteligente a un altavoz bluetooth o sistema de sonido. Es un medio increíblemente conveniente para una generación multitarea: pueden escuchar mientras viajan, van al gimnasio, cocinan. Incluso hablaron con alguien que logró escuchar un podcast de voz mientras jugaba videojuegos. En este sentido, vale la pena señalar que la mayoría de estos jóvenes no poseen una radio, por lo que en muchos casos están descubriendo la magia del audio narrativo (y muchos programas de radio) por primera

vez debido a esta combinación de teléfonos inteligentes y excelentes auriculares”, afirma Nic Newman, investigador del Instituto Reuters y autor principal del Informe Digital News.

El podcast puede usarse con diferentes propósitos sonoros y, a su vez, permite la búsqueda, escucha y descarga asincrónica a través de la web por medio de dispositivos móviles; el tipo de descarga no constituye una limitante para el acceso a los productos radiales debido a las ventajas del ancho de banda con el que cuentan el Internet móvil, el doméstico y el institucional en nuestros días. (Quintana, Parra y Riaño, 2017, p.83)

En resumen, los jóvenes señalan que, los podcasts se vuelven parte de su día a día de multitareas, debido a los beneficios que encuentran al ser dinámico.

El podcast, también es una herramienta web 2.0, siendo un repositorio en internet de archivos multimedia, generalmente de sonido que pueden ser descargados bajo demanda del usuario a cualquier dispositivo de reproducción portátil. Su utilidad radica en servir al estudiante ofreciendo diferentes contenidos en forma de grabaciones de las lecciones magistrales, ponencias, actos académicos, comunicados, noticias, etc. (Sigüenza, Montánchez y Palta, 2018, p.40)

De este modo, los podcasts son considerados por los jóvenes una herramienta útil de aprendizaje en su educación estudiantil.

En un ambiente nacional, Perú se muestra abierto al crecimiento del podcast, pero aún los consumidores son bajos. Se halló la publicación del diario Gestión en el 2019, el cual da a conocer datos estadísticos importantes acerca de que, en el Perú, el 60% de internautas consume actualmente audio digital. Y de este grupo de usuarios, el 20% escucha podcast,

es decir, contenidos de audio subidos a la nube de manera permanente, según un estudio de la empresa Redmas.

Asuntos relacionados, por ejemplo, con el marco operativo de la comunicación digital; con las implicaciones éticas de una comunicación caracterizada por su globalización, inmediatez, velocidad, convergencia, interactividad y alta penetración; con el significado del ejercicio comunicativo dominado por las leyes de la oferta y la demanda, por el mercado y la industria que determinan nuevas formas y nuevos intereses de orden comercial; así como con las implicaciones que los aspectos anteriores tienen sobre lo que llamaremos los nuevos públicos de la comunicación digital, reconocidos genérica y tradicionalmente como las audiencias. (Arango-Forero, 2013, p.679)

De hecho, los consumidores de los podcasts en Perú se hallan en apertura debido a las características gratas que encuentran en el.

En Perú, el podcast cuenta con una presencia en cuanto a contenido educativo. Más de un millón y medio de peruanos son consumidores frecuentes de este contenido y se caracterizan por consumir temas educativos y/o de autoayuda. El podcast otorga a las marcas la posibilidad de estar más cerca de su público (Interactive Advertising Bureau Perú, 2020).

“Los podcasts permiten que el estudiante puede escuchar sus descargas en cualquier momento, grabar conferencias y diálogos desde fuentes externas; es una herramienta útil para el trabajo de la expresión oral y la escucha en lenguas.” (Calle-Álvarez, Ocampo-Zapata, 2019, p.74).

Esto quiere decir que, resulta una pieza relevante en los jóvenes en Perú los podcasts, sobre todo en la educación porque es cercana y entretenida.



El podcast del *BBVA Aprendamos Juntos: a mi yo adolescente* es necesario estudiarlo porque se da a conocer la perspectiva de los jóvenes en un formato de comunicación digital, sobre temas que todas las generaciones han enfrentado y cómo de la mano con especialistas se logra empatizar con sus dudas y curiosidades de la adolescencia. Asimismo, porque existen diversos podcasts en la actualidad, pero al ser este podcast respaldado por una entidad financiera cobra mayor valor al contar con especialistas en el tema en comparación con los otros podcast que no necesariamente son liderados por expertos en el tema.

“A mi yo adolescente” muestra la visión generacional de los adolescentes de hoy sobre grandes temas universales como el amor, la libertad, la amistad, los miedos... Una serie de 7 episodios protagonizados por un grupo distinto de jóvenes, que, en cada programa, se reúnen con un conductor diferente como el director de cine David Trueba, la escritora Elsa Punset o el filósofo José Antonio Marina entre otros. (BBVA Aprendamos juntos, 2021)

Justificación

Este trabajo de investigación pretende plantear una propuesta a partir de la Teoría de Otero (2020), quien habla sobre la teoría de usos y gratificaciones. Al analizar este enfoque se puede dar a conocer que mediante el podcast que es un medio de comunicación digital los jóvenes siendo considerados como la audiencia logran la necesidad de informarse sobre su entorno educativo de una forma entretenida. De esta manera, las necesidades cognitivas se llegan a satisfacer a través de la curiosidad y autoaprendizaje. Así, se considera como un importante aporte teórico a lo que ya existe en la investigación. Además, en el plano metodológico, esta investigación es de tipo descriptiva con un enfoque cualitativo y método fenomenológico.

La población que se empleará está compuesta por el podcast del *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente*. Se examinará la muestra de los episodios número cuatro cuyo título es *Libertad* y número cinco con el título *Miedo*. Los dos episodios tienen una duración de cuarenta y siete minutos. Por lo tanto, tiene como propósito general explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos que tienen en común.

La presente investigación, pretende analizar que el podcast es una herramienta que puede ser enfocada en el tema de educación, debido al interés que genera, así como a la accesibilidad que brinda los avances tecnológicos (canales y plataformas digitales).

De tal manera que, los resultados que se obtengan de esta investigación serán relevantes en la publicidad porque el podcast es una herramienta digital que empleada como estrategia de comunicación dará la oportunidad de crecimiento a las empresas. Así como para dar pie a otras investigaciones que busquen profundizar las diversas maneras que pueden emplear el podcast para el desarrollo de la educación.

1.1.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Se puede tomar como antecedente el estudio de Chávez (2014) titulado “Radio Universitaria y Podcasting Análisis de los modelos de podcasting utilizados en Internet por emisoras universitarias de España y México” de la Universidad Internacional de Andalucía. En esta tesis de máster en Comunicación y Educación Audiovisual, el objetivo principal es analizar los modelos de podcasting en las emisoras universitarias, en primer lugar, en un nivel tecnológico, y, en segundo lugar, como un mecanismo que utilizan las radios universitarias para llevar al escucha un modelo alternativo de comunicación y así diferenciarse e innovar. Su justificación metodológica es una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos. Se utiliza como instrumento una ficha de análisis y entrevistas. En conclusión, el autor quiere dar a conocer que se está ante un fenómeno en constante evolución, por lo tanto, considera que en futuras investigaciones que tengan relación con el binomio formado entre podcasting y el medio radiofónico, será de vital importancia redimensionar desde el punto de vista teórico esta herramienta para revalorizar su nivel de importancia dentro del entorno comunicativo. De esta manera, da a entender que el podcast es un medio de comunicación digital que se ha consolidado como un movimiento tecnológico importante en la educación.

Para Martín (2014), en su estudio titulado “El podcasting en la enseñanza de las lenguas extranjeras” de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, el propósito principal es idear una serie de pautas que les permita a profesores y alumnos crear sus propios archivos para ponerlos al servicio de la Red, entendida como plataforma desde la web 2.0 (podcasting activo o speaking) y desarrollar sus producciones orales, que puedan ser interpretadas y evaluadas.

Su justificación metodológica es una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos. Se utiliza como instrumento a una matriz de valoración para la evaluación de las producciones orales (sesiones o grabaciones), la observación con el fin de ver la evolución de los estudiantes y el cuestionario para evaluar el proyecto en cuanto a las actitudes, percepciones y diferentes posiciones personales que se mantienen con respecto a las tareas realizadas.

El autor llega a la conclusión que, el proyecto del podcasting está dirigido a la mejora de las producciones orales de los alumnos dentro de un curso escolar y al desarrollo de la habilidad de utilizar las TIC en el autoaprendizaje de las lenguas.

Con esto quiere decir que, el uso del podcast se muestra como una herramienta para el desarrollo de aprendizajes de los estudiantes enfocado en las lenguas.

Se puede tomar como antecedente el estudio de Borja (2018) titulado “El Uso del Podcast en el Desarrollo de las Competencias Comunicativas Orales de Inglés como Lengua Extranjera en Adultos Universitarios” de la Universidad Casa Grande de Guayaquil. En esta tesis de máster en Educación Superior: Investigación e Innovaciones Pedagógicas, el objetivo principal es demostrar la efectividad del uso de las TIC, específicamente del Podcast, como herramienta innovadora de enseñanza del idioma inglés dentro del sistema educativo universitario para el desarrollo de las competencias comunicativas orales de los estudiantes. Su justificación metodológica es cualitativa. Se utiliza como instrumento una escala de puntuación analítica con el fin de medir las destrezas orales de los participantes y un cuestionario para explorar la motivación de los participantes hacia el uso del Podcast en el aula de clases. En resumen, la autora quiere dar a conocer que, la innovación significó una notable mejoría del rendimiento de los estudiantes en sus destrezas orales. Por lo tanto, da a entender que, el uso del podcast de manera innovadora en la educación hace que los estudiantes resulten motivados en las sesiones de clase.

Alejandra Patricia Alvarez Vasquez

Antecedentes nacionales

También se considera como antecedente de la presente tesis, el estudio de Gálvez (2019) titulado “Análisis del podcast Serial como principal exponente del podcast narrativo” de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. En esta tesis de pregrado, el objetivo principal del autor es determinar las características del podcast Serial que lo catalogan como el principal exponente del podcast narrativo. Su justificación metodológica es interpretativa. Se utiliza como instrumento una guía de estructura, una guía del uso del lenguaje radiofónico y una guía de contenido, los cuales, permitieron determinar la validez de la hipótesis de que Serial constituye un antes y un después para la historia del podcasting. En conclusión, la autora, quiere dar a conocer el podcast Serial como aquel que se posicionó como un elemento de la cultura pop estadounidense comparable con películas de Marvel o celebridades en el año 2014. Siendo un podcast con características como desafiante, bien producido, nuevo en su contexto e independiente lo que hizo que conquistara las masas del audio digital. La autora agrega que, el podcast cumple un papel importante como exponente narrativo.

Para Centeno y Falcon (2019), en su tesis de pregrado titulada “Pisando Tierra Podcast” de la Universidad de Lima, el propósito principal es producir un podcast para jóvenes adultos limeños de 18 a 25 años que comunique la importancia de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por Naciones Unidas. Se utiliza como metodología la investigación. Se emplea como instrumento la información de datos sobre los aportes públicos y privados sobre organizaciones que comunican el significado de las ODS, comparten iniciativas externas que se hayan alineado a estos objetivos o que incluso comparten producción sonora o audiovisual. Las autoras llegan a la conclusión que desde el esbozo de Pisando Tierra hubo un continuo aprendizaje sobre cómo manejar contenido sonoro más allá de la producción, ya que este proyecto ha implicado la elección de **Alejandra Patricia Alvarez Vasquez**

potenciales entrevistados, investigación teórica, creación de contenido en redes y administración de cuentas en Facebook e Instagram. Así manifiestan que, su podcast fue desarrollado en base a un profundo análisis de los diferentes aspectos que generan las estrategias adecuadas para lograr sus objetivos.

También se considera como antecedente de la presente tesis, el estudio de Vilcapoma (2018) titulado “Análisis comparativo del uso de elementos del lenguaje radiofónico y de la construcción del montaje radiofónico en informes elaborados por Convoca Radio y RPP (febrero 2017 a abril 2018)” de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. En esta tesis de pregrado, el objetivo principal de la autora es identificar las diferencias entre el uso de los elementos del lenguaje radiofónico y la construcción del discurso radial entre los informes elaborados por el podcast Convoca Radio y RPP. Su justificación metodológica es cualitativa mixta. Se utiliza como instrumento el estudio de diez informes radiales elaborados por el medio tradicional Radio Programas del Perú (RPP) y del medio digital Convoca Radio. En conclusión, la autora, quiere dar a conocer que, existen dos campos importantes: el lenguaje radial y el montaje radiofónico. El podcast Convoca Radio y RPP trabajan y aprovechan de manera particular las herramientas radiales. La autora agrega que, a lo largo de los años surgen diferentes escenarios para la difusión de contenido radial.

1.1.2. Bases teóricas

El podcast

Liberos (2013) postula en su libro *El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital* que, los podcasts (combinación de las palabras iPod y broadcast) son esencialmente programas de radio, distribuidos en formato MP3. Como menciona el autor, el podcast es esencialmente un programa de radio, puesto que cuenta con un presentador, panelistas y un tiempo determinado dependiendo del tipo de programa.

Categorías y Subcategorías

El contenido

Según Riaño (2018), en su libro *Todo Sobre Podcast: No es más radio, es mejor*, al referirse al contenido del podcast menciona, al igual que escribir un libro o una carta se le da el control total de la lectura del contenido al destinatario porque puede elegir a voluntad el momento adecuado para recibir el mensaje, como quien decide esperar a leer algo en privado, o esperar a compartirlo con alguien especial. Con esto quiere decir el autor que, el contenido es un elemento atractivo del podcast porque brinda la libertad al usuario de poder de escucharlo cuando desee.

Los expertos y los panelistas

Izquierda (2019) postula en su libro *El Gran Cuaderno de Podcasting: Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast* que, los expertos y los panelistas son las personas que deben tener naturalidad y pasión, puesto que tienen que saber transmitir emociones a quien los está escuchando para que ellos también las compartan. De esta manera el autor, expone que los encargados de comunicar en el podcast a los oyentes son los expertos y los panelistas, quienes deben tener desarrollado la habilidad de transmitir emociones,

puesto que esto significará la aceptación de la audiencia, dando pie a compartirlo con los demás al considerarlo de valor.

Las menciones

Según Tenorio (2018), en su libro *Podcast: manual del podcaster*, una mención tiene el tiempo de duración que oscila entre los 10 y 15 segundos. Normalmente suelen ser unos textos leídos en directo por parte del locutor de turno. En este sentido, el autor comenta sobre la mención en el podcast, convirtiéndose en la publicidad de ese formato. También expone que el locutor es el encargado de dar el mensaje de la mención a la audiencia.

La difusión

Ramos (2019) postula en su libro *Marketing con podcasts: Aprende a producir podcasts profesionales y a utilizarlos como herramienta de promoción* que, el podcasting es una poderosa herramienta de difusión y marketing. Sin embargo, no será suficiente con grabar un *podcast* y subirlo a la red, ya que la audiencia no va a llegar por sí sola. Para atraer oyentes se debe emplear de manera perseverante una serie de técnicas de promoción. Así el autor da a conocer la importancia del rol que cumple la difusión en el podcast con el objetivo de lograr mayor audiencia.

Los canales digitales

Según Novas y Páez (2017), en su libro *Marketing Digital en Su Clínica Estética*, para captar a la audiencia del podcast y así sea oído por más personas es por medio de los canales digitales. Para la presente investigación, los canales digitales que se tomarán en cuenta son Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y Blog. La razón por la que se escogió fue debido a la importancia de ellos para el aumento de la audiencia. El BBVA los usa con el objetivo de aumentar su alcance y lograr *awareness*.

Las plataformas digitales

“Y, gracias a las plataformas digitales se puede superar la fugacidad y se realiza una adaptación a una nueva movilidad, ya que circula a través de dispositivos y nuevos espacios con esta accesibilidad digital” (Moreno, 2017, p.336).

Las plataformas digitales que se tomarán en cuenta son Spotify, Apple podcast, Google Podcasts e iVoox. Se escogieron debido a los formatos que presentan para fidelizar a su audiencia. Así el BBVA, los emplea como medio de difusión de todos sus episodios.

La segmentación

Sánchez (2022) postula en su libro *La digitalización en el periodismo: Transformación, retos y oportunidades*, que la segmentación del podcast es en función de grupos específicos de internautas.

En este sentido, el autor expone que la segmentación del podcast va a depender de el público objetivo, los cuales tienen intereses comunes de contenidos determinados.

El *target* primario y el *target* secundario

Según Sangri (2014), en su libro *Introducción a la Mercadotecnia*, el *target* primario son los usuario o consumidores directos que tienen la función y la facultad de decisión de compra, y que tienen la función de ser usuarios y/o consumidores compradores. Mientras que, el *target* secundario son los usuarios o consumidores que no son los directos compradores (p. ej., la familia que usa la pasta dental que el ama de casa adquiere, pero ella decide la recompra del producto). De esta manera, el autor define al *target* primario como el que toma la decisión final y al *target* secundario como aquel que cumple el rol de no ser el encargado de la decisión final.

La temática

Según Orrantia (2020), en su libro *Diez claves para contar buenas historias en podcast: O como producir contenidos en un entorno digital cambiante*, la temática en el podcast es la capacidad de contar buenas historias al oyente. Que el destinatario encuentre valor en lo que se le ofrece. Es decir, para el autor la temática en el podcast es de vital importancia, puesto que significará el valor del contenido que se le da al consumidor.

Teoría de usos y gratificaciones

Según Otero (2020), en su libro *Teorías de la comunicación*, la teoría de usos y gratificaciones se manifiesta cuando los receptores al momento de consumir los mensajes tienen como objetivo satisfacer cuatro tipos de necesidades como: integración a nivel social y personal, de evasión o escape, cognitivas y afectivas-estéticas. Es decir, los tipos de usos que la audiencia realiza con relación a los medios de comunicación. Con el podcast se observa que, las necesidades cognitivas de la audiencia, en otras palabras, los jóvenes son de informarse de una manera entretenida sobre su entorno educativo, dando lugar a la satisfacción de la curiosidad y autoaprendizaje.

1.2. Formulación del problema

Según la sección Vida y Cultura del portal web digital del BBVA España (2020), con este nuevo formato, “Aprendemos juntos” de BBVA ofrece a los jóvenes la oportunidad de que tomen la palabra para reflexionar y trasladar qué les preocupa, cómo se sienten y qué piensan de temas como la libertad, el miedo, la amistad o el acoso.

El uso de las tecnologías en la escuela debe facilitar el desarrollo de medios alternativos, de producción de conocimientos y de pensamiento; es decir que, al hacer uso de las herramientas tecnológicas y digitales, el docente debe preguntarse el impacto de estas en las prácticas pedagógicas, la significación de esta frente al proceso de producción, el papel del saber, la comunicación y la interacción con otros a través de redes. Además, las tecnologías de la información y la comunicación son necesarias para la propia formación y desenvolvimiento diario de docentes y estudiantes; repercute positivamente en la significatividad y calidad de la enseñanza-aprendizaje; aporta, entre otros beneficios, flexibilización de la enseñanza, el aprendizaje cooperativo, la enseñanza individualizada y el autoaprendizaje y, por consiguiente, el desarrollo integral de la personalidad de los educadores. (Lucumi y Castañeda, 2015, p.117)

¿De qué manera se emplea el podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Analizar de qué manera se emplea el podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital.

1.3.2. Objetivos específicos

Describir la participación de los expertos, los panelistas y las menciones del podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital.

Analizar la difusión en los canales digitales, blog y en las plataformas digitales del podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital.

Identificar la segmentación del *target* primario, el *target* secundario y la temática de los episodios del podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital.



1.4. Hipótesis

La presente investigación no presenta hipótesis porque no es relevante por el tipo de investigación cualitativa.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de investigación

La siguiente investigación fue de tipo descriptiva con enfoque cualitativo y método fenomenológico.

Según Galeano (2020), en su libro *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*, la metodología cualitativa consiste en más que un conjunto de técnicas para recoger datos: es un modo de encarar el mundo de la interioridad de los sujetos sociales y de las relaciones que establecen con los contextos y con otros actores sociales. Es decir, la presente investigación empleó el enfoque cualitativo porque describió y comprendió las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrió los elementos que tienen en común.

Según Escobar y Bilbao (2020) en su libro *Investigación y educación superior*, la fenomenología es la ciencia de los fenómenos que se manifiestan a través de la conciencia. El enfoque fenomenológico se centra en cómo las personas comprenden los significados de los eventos. En este sentido, se expone que se empleó el método fenomenológico en la presente investigación porque consistió en el análisis y percepción a partir de la conciencia (subjetivo) sobre el comportamiento de un objeto (fenómeno) de estudio ante cualquier tipo de situación a partir de nuestros sentidos como la observación.

La unidad de estudio fue El podcast del *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* en el 2020.

El diseño de la investigación fue:

a. Fenomenológico

Descriptivo

Se formaliza de la siguiente manera

M->O

Donde M = El podcast del BBVA

O = Análisis del medio de comunicación digital en la muestra especificada

2.2. Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

La población que se empleó estuvo compuesta por el podcast del *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente*. Este contó con un total de seis episodios como *Acoso, Felicidad, Empatía, Libertad, Miedo y Preguntas*.

Se examinó la muestra de los episodios número cuatro cuyo título es *Libertad* y número cinco con el título *Miedo*. Los dos episodios tienen una duración de cuarenta y siete minutos. El episodio número cuatro ahonda en cómo imaginan, cómo piensan y cómo viven la libertad un grupo de jóvenes. La libertad ha formado parte de las conversaciones de los jóvenes desde siempre y el encargado de liderar el episodio es el filósofo Gregorio Luri. El episodio número cinco explica que el miedo es una emoción que surgió para salvarnos de los peligros, pero que en muchos casos se convierte en el peligro mismo. El episodio está liderado por el filósofo y pedagogo José Antonio Marina (personaje), quien ayuda a entender mejor cuáles son los principales miedos en la adolescencia.

Es de interés dar a conocer que, si la muestra se ha escogido correctamente, permite obtener una información que sirva de aporte de una estimación adecuada de la situación de la variable.

Según Niño (2019) en su libro *Metodología de la investigación: Diseño, ejecución e informe*, el muestreo por conveniencia: se aplica el criterio de qué muestra es la más conveniente para el caso. De la población completa se eligieron dos episodios como muestra lo cuales tuvieron mayor interacción del público en redes sociales.

Es decir, en la presente investigación la elección de la muestra en este trabajo cualitativo fue por un criterio de conveniencia del investigador porque se analizó las redes sociales del podcast del *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* y se observó que el episodio número cuatro cuyo título es *Libertad* tiene 88542 mil visualizaciones. Cuenta con 3347 likes y 67 dislikes en YouTube, y el episodio número cinco con el título *Miedo*, cuenta con 39 mil reacciones. Lidera las reacciones los likes con la cantidad de 32 mil en Facebook.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La técnica de recolección de datos que se empleó en la investigación fue el análisis de contenido.

“El análisis de contenido se define como una técnica de investigación consistente en el análisis de la realidad social a través de la observación y el análisis de los documentos que se crean o producen en el seno de una o varias sociedades”. (Guix, 2018, p.27).

Según Olivero (2022), en su libro *Artes y humanidades en el centro de los conocimientos. Miradas sobre el patrimonio, la cultura, la historia, la antropología y la demografía*, la ficha de observación es un elemento fundamental dentro de la investigación, esto debido a los patrones de información incluidos en el modelo, lo cual llevó a determinar y caracterizar los elementos de estudios, facilitando la posterior organización e interpretación de los datos obtenidos.

El instrumento que se utilizó fue mediante la ficha de observación, el que contó con los criterios de confiabilidad y validez. El instrumento propuesto fue validado por tres expertos en el campo de las Ciencias de la Comunicación.

2.4. Procedimiento

Para el análisis de contenido desde lo cualitativo de la presente investigación se realizaron los siguientes pasos:

Según Maldonado (2018) en su libro *Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*, es inductiva, porque los investigadores comienzan con interrogantes vagamente formuladas o guion de preguntas y con un diseño flexible que permite la extracción de categorías.

De esta manera, primero se halló que las categorías son de forma inductiva.

Las categorías de la variable podcast fueron contenido, difusión y segmentación. Así como subcategorías de expertos, panelistas, menciones, canales digitales, plataformas digitales, target primario, target secundario y temática del episodio.

Según Gómez (2015) en su libro *Diagnóstico pedagógico conceptos básicos y aplicaciones en el aula infantil*, la codificación consiste en una transformación mediante reglas precisas de los datos brutos del texto. Esta transformación o

descomposición del texto permite su representación en índices numéricos o alfabéticos.

Segundo, se codificó a través de tablas como T1, T2, T3, T4, T5 y T6 para las *Fichas de observación del episodio número cuatro, titulado “Libertad”* y *Fichas de observación del episodio número cuatro, titulado “Libertad”*.

Tercero, se identificó los sujetos de análisis que fueron episodio número cuatro del podcast titulado *Libertad* y del episodio cinco cuyo título es *Miedo*.

Cuarto, se clasificó y se registró los dos episodios del podcast *BBVA Aprendemos Juntos: a mi yo adolescente* en las categorías contenido, difusión y segmentación.

Quinto, la validación a través de la fiabilidad y validez del instrumento de ficha de observación basado en la operacionalización de la variable podcast, previamente validado por tres expertos.

Finalmente, la interpretación de resultados e inferencia, aquí la ficha de observación se aplicó a ambos episodios y se obtuvieron los resultados de la presente tesis.

Así, se tomó en consideración el análisis de los datos de los canales digitales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y Blog del podcast del *BBVA Aprendemos Juntos: a mi yo adolescente*.

El fan page de *Aprendemos Juntos* cuenta con 1.468.076 *likes* y 2.003.117 *followers*. Fue creada el 5 de enero de 2018. Tiene en la portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa y se aprecia en los comentarios el agradecimiento por parte de los usuarios. En la información tiene el link <http://aprendemosjuntos.elpais.com/> que dirige al usuario a la página web del podcast.

En la cuenta de Instagram, *Aprendemos Juntos* cuenta con 224 mil de *followers* y tiene 126 *post*. El logo es del *BBVA Aprendemos Juntos* con fondo azul difuminado

y con la tipografía es *sans-serif* de color blanco y celeste. La biografía tiene la descripción acompañada con el link www.bbvaaprendemosjuntos.com/es de la página web. En los *highlights* tiene a su equipo de profesionales. El contenido es sobre un tema en específico desarrollado por los especialistas. En los *posts* tiene como único contenido el formato audiovisual acompañado de *hashtags*, siendo el empleado siempre #AprendemosJuntos.

La cuenta de Twitter de *Aprendemos Juntos* tiene 66,4 mil seguidores, fue creada en diciembre de 2017 y tiene 1.066 *tweets*. En la biografía cuenta con el enlace de la página web, esto enfocado en lograr tráfico en la página web <http://aprendemosjuntos.elpais.com/>. El contenido es audiovisual y consiste en vídeos cuya duración no supera los 6 minutos. Los vídeos tienen una conexión o los llamados *hilos*, donde el *tweet* contiene el *call to action* para que los *followers* vean el contenido completo en el canal de YouTube.

En el canal de YouTube, *Aprendemos Juntos* tiene 1,23 millones de suscriptores y al igual que Facebook se observa en su portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa. En la esquina baja izquierda de la portada están ubicados los íconos de enlace a su Fan Page, Twitter y Blog. Fue creado el 5 de enero del 2018. El logo es del *BBVA Aprendemos Juntos* con fondo azul difuminado y con la tipografía de *sans-serif* de color blanco y celeste.

En su Blog, *Aprendemos Juntos* que está creado por el BBVA, cuenta con una portada para cada episodio del podcast y la fecha de publicación. Tiene un reproductor de audio para escuchar el episodio seleccionado por el usuario, sin necesidad de salir del blog. Sin embargo, debajo del reproductor tiene los íconos de sus plataformas digitales para escuchar el episodio también. En el cuerpo del blog se lee una sinopsis del episodio.

Cabe agregar que, también se seleccionó en consideración el análisis de los datos de las plataformas digitales como Spotify, Apple podcast, Google Podcasts e iVoox del podcast del *BBVA Aprendamos Juntos: a mi yo adolescente*.

Tanto como en Spotify, Apple podcast, Google Podcast e iVoox cuentan en la foto de perfil al equipo de profesionales que lideran la iniciativa y en la descripción cuentan de qué va el podcast. En Spotify tiene las opciones para descargar, ordenar por fecha, filtrar y sin escuchar de todos los episodios. Se puede compartir en todas las plataformas digitales, correo, mensajería, entre otros.

En Apple podcast se tiene la contabilidad del número de episodios que son 100. La categoría a la que pertenece es al Arte con una valoración de 4,9 de 5 del total de 119 comentarios.

En Google Podcast tiene el ícono de suscripción para recibir las alertas de los nuevos episodios del podcast y el ícono de visitar sitio web. Se puede organizar desde el más reciente o desde el más antiguo según el usuario escoja.

En iVoox tiene el total de audios del podcast, se encuentra ubicado en el puesto 346 del ranking y en la descripción cuenta con el *link* que enlaza al blog del podcast. Tiene los íconos de suscripción, comunidad, compartir, RSS (compartir el enlace) y colaborar (teniendo al menos un audio ya publicado en iVoox). Cada episodio cuenta con *likes*, *comments* y *shares*. Así como las etiquetas de cada categoría a la que pertenecen.

2.5. Aspectos Éticos.

El primer principio ético que se sigue en la investigación es de no maleficencia puesto que, se considera que tiene relación con el tema de investigación. Consiste en abstenerse de causar intencionalmente cualquier tipo de daño a los participantes de la investigación a partir de un correcto diseño del estudio y verdadero



compromiso de los investigadores. Por lo tanto, se maximizan los beneficios y se minimizan los riesgos sobre todo en los tiempos de COVID-19 que se viven en el año 2021.

El respeto por el contenido de terceros es el segundo de los principios éticos que se sigue en la investigación, el cual hace hincapié en que este ha sido citado correctamente mediante el uso de las normas APA.

Finalmente, se tiene como objetivo mostrar los resultados de la variable podcast en la unidad de análisis, sin modificarla. Por consiguiente, el principio ético que la presente investigación ha tomado en cuenta es la imparcialidad del investigador lo que resulta de suma importancia.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

La unidad de análisis el podcast *BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente*, brinda a los jóvenes el espacio para que su voz sea escuchada con el fin de cuestionar y reflexionar en cuanto a lo que les preocupa, cómo se sienten y qué piensan de temas como la libertad y el miedo.

Los resultados se presentarán en formato de tablas, analizando cada categoría con una misma ficha para los dos episodios.

3.1 Análisis del episodio número cuatro titulado *Libertad*



Figura 1. Experto del episodio número cuatro, Gregori Luri, filósofo y profesor. Fecha 19 de junio de 2021.

Tabla 1:

Ficha de observación del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021.

	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ANÁLISIS
V A R I A B L E P O D C A S T	CONTENIDO	EXPERTOS	<p>Conduce el filósofo y profesor, Gregorio Luri. Él tiene como rol ser intermediario entre los jóvenes, los expertos y los padres de familia. De igual modo, de presentar el tema y a los expertos del episodio número cuatro, titulado <i>Libertad</i>.</p> <p>Las intervenciones son del periodista Luis del Olmo. Él habla acerca de en qué aspectos de la vida les gustaría tener más libertad en la actualidad a los jóvenes y cita al filósofo Sócrates como referente. La postura de él es crítica hacia los jóvenes puesto que, considera que los jóvenes son tiranos. El juez, Emilio Calatayud expone que, el Código Civil 155 dice: <i>Los hijos deben obedecer a sus padres mientras permanezcan bajo su potestad y respetarles siempre. Segundo contribuir equitativamente, según tus posibilidades al levantamiento de las cargas de la familia mientras convivas con ellos.</i> De esta manera, el rol es ser crítico ante la actitud de los jóvenes. Asimismo, postula que, el respeto es un deber de los jóvenes hacia sus padres. La psicóloga, Violeta Esteban Pons, expone su postura sobre la libertad y los límites en los jóvenes, ella considera que los jóvenes tienen que experimentar en la juventud mediante la curiosidad.</p> <p>Los expertos aportan al contenido a través de las preguntas cumpliendo el rol de hacer reflexionar a los jóvenes panelistas. Se logra que los jóvenes den lugar al pensamiento crítico en el episodio número cuatro, titulado <i>Libertad</i>. (ver figura 1)</p>
		PANELISTAS	<p>Los panelistas son trece jóvenes de España, entre hombres y mujeres. Las edades son entre los 16 a 20 años.</p> <p>La actitud de los panelistas es reflexiva y su comunicación es locuaz puesto que, muestran dominio del tema. Ellos son asertivos al expresar sus posturas, debido a que han desarrollado el respeto hacia los demás.</p>

			<p>Los padres de familia Eva Puigventos y Nacho Yañez son los panelistas que tienen el rol de exponer sus memorias cuando ellos eran jóvenes. Ellos piensan que en la actualidad los padres tienen una comunicación en apertura con sus hijos en la etapa de la juventud. El tipo de comunicación en el pasado no se tenía.</p> <p>Los panelistas aportan al contenido del episodio 4, titulado <i>Libertad</i>, al dar a conocer sobre un mismo tema las diferentes perspectivas de los jóvenes y los padres de familia.</p>
		<p>MENCIÓN</p>	<p>Al cierre del episodio, una voz en <i>off</i> realiza la mención con la pista de fondo suave. La mención que realiza es del diario español <i>El País</i> y la editorial española <i>Santillana</i>. El tono empleado es corporativo y de carácter educativo con la duración de 44 segundos. La mención es: <i>A Mi Yo Adolescente, un programa de Aprendamos Juntos, creado por BBVA con la colaboración de El País y Santillana, BBVAAprendamosJuntos.com Puedes encontrar todos los podcasts del BBVA en iVoox, Apple Podcast, Spotify y Google Podcast. Además, del BBVA.com</i></p> <p>El mensaje es generar recordación de las marcas <i>El País</i> y <i>Santillana</i> en los usuarios que escuchan el podcast. Es de aporte al contenido porque tiene como objetivo lograr notoriedad de la identidad del BBVA, mediante la muestra de interés en la educación de los jóvenes al realizar la colaboración con las marcas <i>El País</i> y <i>Santillana</i>.</p>

Elaboración propia.

Tabla 2:

Ficha de observación del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021.

	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ÍTEMS	ANÁLISIS
V A R I A B L E P O D C A S T	DIFUSIÓN	CANALES DIGITALES	F A C E B O O K	<p>El contenido presentado el 17 de junio a través del fan page de <i>Aprendemos juntos</i> con el título <i>El respeto mutuo /AMYA 04 Libertad</i> es de formato audiovisual.</p> <p>La duración es de 4 minutos con 44 segundos. Cuenta con 14 mil reacciones. El que lidera las reacciones son los <i>likes</i>, obteniendo 12 mil. Mientras que, 20 <i>sad</i> reacciones son las menos empleadas por los <i>followers</i>.</p> <p>En el <i>copy</i> del contenido audiovisual es: <i>¿El respeto tiene que ser mutuo? ¿O el respeto a los padres es obligatorio? Un grupo de jóvenes conversan (respetuosamente) con el filósofo Gregorio Luri. Acompañado de los hashtags #Amiyoadolescente #Libertad. En el cierre del copy se realiza el “call to action”: ‘A mi yo adolescente’, un nuevo episodio cada sábado en La 2 de TVE (14 h) y en nuestro canal de YouTube. El fin es persuadir a los followers con el objetivo que vean el episodio por dos medios, el tradicional (televisión) y el digital (canal de YouTube). (ver figura 2)</i></p> <p>Los comentarios del contenido audiovisual son 979. En su totalidad son empleados por las personas mayores quienes son el <i>target</i> secundario. Los jóvenes quienes son el <i>target</i> primario no exponen sus comentarios.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera es sobre el respeto, el cual tiene que ser mutuo entre los padres e hijos y debe ser de manera jerarquizada. Asimismo, se</p>

				<p>celebra el pensamiento crítico de los jóvenes y se cuestiona que los padres a veces sean autoritarios en la crianza, dejando de lado la voz propia de sus hijos.</p>
			<p>I N S T A G R A M</p>	<p>-En el primer <i>highlight</i> de la cuenta de Instagram de <i>Aprendemos juntos</i>, tiene al filósofo y profesor, Gregorio Luri, quien es el presentador del episodio. Se presenta con la foto de Luri como portada y en el título el apellido materno Luri.</p> <p>El contenido del <i>highlight</i> es del concepto de la libertad, con el objetivo de generar <i>awareness</i> en los <i>followers</i> sobre el episodio cuatro, titulado <i>Libertad</i>. (ver figura 3)</p> <p>-En el segundo <i>highlight</i> se observa a tres jóvenes mujeres. Ellas tienen entre 17 a 18 años aproximadamente y postulan sus puntos de vista sobre lo que para ellas significa la libertad en la juventud en relación con sus padres. Se tiene como fin generar identificación en sus <i>followers</i>. (ver figura 4)</p> <p>-En el tercer <i>highlight</i> se presenta la promoción del episodio número cuatro, titulado <i>Libertad</i>. Se expone que está disponible en el canal de YouTube de <i>Aprendemos Juntos</i>. Tiene como objetivo lograr tráfico de sus <i>followers</i> en su canal de YouTube a través del “copy”: <i>A mi yo adolescente EP4: “Libertad”</i>. Seguido del “call to action”: <i>Ya disponible en nuestro canal de YouTube</i>. (ver figura 5)</p> <p>-En el primer <i>post</i> del 15 de junio de 2021, tiene 95304 reproducciones y cuenta con 5788 <i>likes</i>. La duración es de 4 minutos con 42 segundos. En el cierre del contenido audiovisual se muestra al logo del banco BBVA, con el objetivo de generar recordación de la marca.</p> <p>En el “copy”: <i>El viejo dilema de los jóvenes. ¿El respeto tiene que ser mutuo? ¿O el respeto a los padres es obligatorio? El filósofo Gregorio Luri</i></p>

			<p><i>plantea a un grupo de adolescentes cuestiones vitales. "El respeto hay que ganárselo", responde Jaiza, 17 años. "Si el respeto no es mutuo, no es recíproco, por qué debo yo respetar a una persona que a mí no me respeta."</i> Es decir, tiene una postura crítica sobre el respeto, puesto que es un deber que los jóvenes tienen que expresar hacia los padres de familia.</p> <p>Acompañado de los <i>hashtags</i> #Amiyoadolescente #Libertad. En el cierre del <i>copy</i> se realiza el "call to action": '<i>A mi yo adolescente</i>', un nuevo episodio cada sábado en La 2 de TVE (14 h) y en nuestro canal de YouTube. Teniendo como objetivo persuadir a sus <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (televisión) y el digital (canal de YouTube). (ver figura 6)</p> <p>El debate se genera entre el <i>target</i> primario (los jóvenes) y el <i>target</i> secundario (los padres de familia).</p> <p>El <i>target</i> primario (los jóvenes) expresan su punto de vista al exponer que, se debe respetar a los padres por el simple hecho de que sean los padres, así se considere que sus actitudes sean correctas o incorrectas.</p> <p>El <i>target</i> secundario (los padres de familia) opinan que, el respeto no se gana porque es un valor que se debe tener a los padres y está ligado a la empatía. Sin embargo, existe otro pequeño grupo de <i>followers</i> dentro del mencionado <i>target</i> que postula que, se debe respetar a los hijos educándolos para que sean felices y no solo para que sean sumisos.</p> <p>En conclusión, los comentarios se muestran en su mayoría en desacuerdo por las opiniones de los jóvenes en el contenido audiovisual.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos BBVA</i>, no responde a los comentarios expuestos de los <i>followers</i>.</p>
--	--	--	--

			<p>-En el segundo <i>post</i> del 15 de junio de 2021, tiene 486277 reproducciones y cuenta con 14867 <i>likes</i>. La duración es de aproximadamente 1 minuto. En el <i>copy</i> se presenta la interrogante hacia los jóvenes panelistas y para el presentador Gregorio Luri: <i>Qué significa para ti la libertad?</i> (se desarrolla la respuesta en el contenido audiovisual con subtítulos de tipografía <i>sans-serif</i> y de color blanco). Acompañado de los <i>hashtags</i> #Amiyoadolescente y #Libertad. Seguidamente el cierre: <i>'A mi yo adolescente', un nuevo episodio cada sábado en La 2 de TVE (14 h) y en nuestro canal de YouTube</i>. Teniendo como objetivo persuadir a sus <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (televisión) y el digital (canal de YouTube). (ver figura 7)</p> <p>La mayor cantidad de los comentarios son empleados por el <i>target</i> secundario (los padres de familia). Ellos expresan su opinión sobre la libertad en base al respeto hacia los padres.</p> <p>Un reducido número de comentarios, el <i>target</i> primario (los jóvenes) exponen su posición sobre la libertad. Ella tiene como base la confianza, la cual surge de la comunicación entre los padres e hijos.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera entre sus <i>followers</i> es que, los jóvenes en el contenido audiovisual confunden el significado de la libertad con el libertinaje.</p> <p>-En el tercer <i>post</i> del 16 de junio de 2021, tiene 391085 reproducciones y cuenta con 21253 <i>likes</i>. La duración es de 38 segundos aproximadamente.</p> <p>En el <i>copy</i> se presenta las interrogantes hacia los jóvenes panelistas: <i>Se debe respetar a los padres sin condiciones?</i></p>
--	--	--	--

			<p><i>¿Respetan siempre los padres a los hijos? ¿Qué tiene que ver el respeto con la libertad?</i> (se desarrolla la respuesta en el contenido audiovisual con subtítulos de tipografía <i>sans-serif</i> y de color blanco). Tiene como objetivo iniciar el debate en los jóvenes, convirtiéndose en una charla sincera y reposada. Acompañado de los <i>hashtags</i> #Amiyoadolescente y #Libertad. Seguidamente el cierre: 'A mi yo adolescente', un nuevo episodio cada sábado en La 2 de TVE (14 h) y en nuestro canal de YouTube. Se tiene como objetivo persuadir a los <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (televisión) y el digital (canal de YouTube). (ver figura 8)</p> <p>Los comentarios son empleados de forma equitativa entre el <i>target</i> primario (los jóvenes) y el <i>target</i> secundario (los padres de familia).</p> <p>El <i>target</i> primario (los jóvenes) expone que, se debe respetar a los padres, siempre que exista el respeto de ellos hacia sus hijos.</p> <p>El <i>target</i> secundario (los padres de familia) opina que, el respeto debe ser dado sin condiciones. En el contenido audiovisual el panelista Víctor de 18 años expresa lo mencionado.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, los <i>followers</i> generan el debate sobre la disconformidad que les genera las perspectivas de los jóvenes panelistas en su mayoría en el contenido audiovisual. Se alega que el respeto se gana cuando se refieren a sus padres.</p>
--	--	--	---

			<p>T W I T T E R</p>	<p>-En el <i>tweet</i> del 12 de junio de 2021 se expone el contenido audiovisual con el <i>tráiler</i> del cuarto episodio titulado, <i>Libertad</i>.</p> <p>Tiene una duración de 1 minuto con 25 segundos y 108 mil reproducciones. Cuenta con 50 <i>retweets</i>, 8 <i>tweets</i> citados y 96 <i>likes</i>. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda del contenido audiovisual, con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendemos Juntos</i>. En el canal se visualiza la lista de reproducción con el título <i>A Mi Yo Adolescente TV</i>. Cuenta con todos los episodios. Los vídeos de corta duración presentan a los jóvenes y los expertos. Ellos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p> <p>En el “copy”: <i>Gregorio Luri, maestro de escuela y filósofo, habla con un grupo de jóvenes de libertad. Y de límites. El sábado 13 de junio a las 14h en @la2_tve</i>”. Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYALibertad. En el cierre del “copy”: <i>‘A mi yo adolescente’. Cada sábado en La 2 de TVE (14h) y en nuestro canal de YouTube</i>. Se tiene como objetivo persuadir a sus <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digital (el canal de YouTube). (ver figura 9)</p> <p>Los comentarios son empleados de forma escasa por el <i>target</i> secundario (los padres de familia). Ellos opinan que, la libertad es un derecho que es ley. También, que los jóvenes cambiarán su perspectiva del significado de libertad cuando pasen los años. El <i>target</i> primario (los jóvenes) no exponen su opinión a través de los comentarios.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p>
--	--	--	--	--

			<p>En conclusión, el debate que se genera entre sus <i>followers</i> es que, los jóvenes en el contenido audiovisual aún son inmaduros para poder entender que el respeto es algo que desde que nacen se debe tener hacia sus padres.</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 13 de junio de 2021, su contenido es <i>tweeteado</i> de la siguiente manera: <i>Comienza 'A mi yo adolescente' en @la2_tve. Sobre la libertad (y sus límites)</i>. Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYALibertad. Cuenta con 1 <i>retweet</i> y 8 <i>likes</i>. Tiene como objetivo el generar recordación en sus <i>followers</i> a cerca del inicio del episodio número cuatro, titulado <i>Libertad</i>. (ver figura 10)</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 13 de junio de 2021 el contenido es audiovisual. Tiene una duración de 1 minuto y 3400 mil reproducciones. Cuenta con 32 <i>retweets</i>, 3 <i>tweets</i> citados y 94 <i>likes</i>. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendamos Juntos</i>. En el canal se puede visualizar la lista de reproducción, cuyo título es <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. Además, los vídeos de corta duración donde los jóvenes y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p> <p>En el “copy”: <i>Yo con mis padres no tenía la confianza que tienen mis hijos conmigo ahora</i>”. <i>Eva Puigventos, madre de dos adolescentes, representa a muchos padres actuales. Pero, ¿qué dicen sus hijos?</i>. Ella comenta que, tenía que mentirles a sus padres para poder salir con su novio cuando era adolescente. Sin embargo, piensa que ahora sus hijos y en general los adolescentes han desarrollado la confianza con sus padres mutuamente. Debido a que, pueden compartir con ellos sus experiencias buenas y malas.</p>
--	--	--	---

			<p>Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYALibertad (ver figura 11)</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 13 de junio de 2021 el contenido es audiovisual. Tiene una corta duración de 36 segundos y 1700 mil reproducciones. Cuenta con 13 <i>retweets</i>, 3 <i>tweets</i> citados y 28 <i>likes</i>. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendemos Juntos</i>. En el canal se visualiza la lista de reproducción, cuyo título es <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. De igual modo, los vídeos de corta duración, donde los panelistas (los jóvenes) y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p> <p>En el “copy”: <i>María conoció a otro joven que “no se atrevía a explorar y a saltarse algunos límites”. “Y la verdad, eso da un poco de miedo”, cuenta. La joven de 17 años expresa su preocupación sobre los jóvenes que no se atreven a romper los límites porque consideran que no exploran la vida a través de la curiosidad. Acompañado de los hashtags #AMiYoAdolescente y #AMYALibertad (ver figura 12)</i></p> <p>-En el <i>tweet</i> del 13 de junio de 2021 el contenido es audiovisual con el título <i>Crecer en la intemperie</i>.</p> <p>Tiene una duración de 1 minuto y 06 segundos con 3900 mil reproducciones. Cuenta con 62 <i>retweets</i>, 4 <i>tweets</i> citados y 142 <i>likes</i>. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendemos Juntos</i>. En el canal se visualiza la lista de reproducción, cuyo título es <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. También, los vídeos de corta duración, donde los panelistas (los jóvenes) y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p>
--	--	--	---

			<p>En el “copy”: <i>Los hijos necesitan crecer en la intemperie y para ese crecimiento es esencial la confianza de los padres, dice el filósofo y profesor Gregorio Luri. Algo "tan fácil de decir" como "difícil de hacer".</i></p> <p>El presentador del episodio número cuatro, el filósofo y profesor Gregorio Luri, expone su punto de vista sobre lo que para él significa como padre la confianza a los hijos. De esta manera postula que, <i>el hijo se ve como un barco acabado que puede contra todo, mientras que el padre aún lo ve a su hijo inacabado.</i> Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYALibertad (ver figura 13)</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 13 de junio de 2021, cuyo contenido es la fotografía del filósofo y profesor, Gregorio Luri con la postura de brazos cruzados. Luri se encuentra sentado mirando a los panelistas (los jóvenes) de espaldas. Cuenta con el logo del podcast <i>BBVA Aprendemos Juntos</i> en la parte baja izquierda.</p> <p>En el “copy”: <i>El respeto, la confianza, seguir tu camino, todo tiene que ver al final con la libertad". Concluye 'A mi yo adolescente', y @GregorioLuri agradece a los jóvenes su "honestidad".</i> Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYALibertad.</p> <p>Cuenta con 12 <i>retweets</i> y 36 <i>likes</i>. Tiene el <i>hilo</i> (enlace al <i>tweet</i>), donde se <i>tweetea</i> #AMYALibertad con el objetivo de generar interacción por parte de sus <i>followers</i> al emplearlo en sus <i>tweets</i>. El <i>hilo</i> tiene 4 <i>likes</i>. (ver figura 14)</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 13 de junio de 2021, cuyo contenido es el <i>link</i> con el título <i>A mi yo adolescente – Libertad.</i> a la web de <i>RTVE (portal de España)</i>. En la web se encuentra el episodio número cuatro completo, titulado <i>Libertad.</i> Cuenta con 10 <i>retweets</i> y 26 <i>likes</i>.</p>
--	--	--	--

			<p>En el “copy”: <i>Ya disponible en #AlaCarta de @la2_tve el nuevo episodio de ‘A mi yo adolescente’, con el filósofo @GregorioLuri.</i> Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYALibertad. Seguido del “call to action” <i>A mi yo adolescente-RTVE.es https://rtve.es/v/5596566 a través de @rtve</i> . De esta manera, tiene como eje el generar tráfico en su página web a través de sus <i>followers</i>. (ver figura 15)</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 15 de junio de 2021, cuyo contenido es audiovisual con el título <i>Crecer en la intemperie</i>.</p> <p>Tiene una duración de 3 minutos y 58 segundos con 1100 millón reproducciones. Cuenta con 145 <i>retweets</i>, 9 <i>tweets</i> citados y 605 <i>likes</i>. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendemos Juntos</i>. En el canal se puede visualizar la lista de reproducción, cuyo título es <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. Además, los vídeos de corta duración, donde los panelistas (los jóvenes) y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p> <p>En el “copy”: <i>¿La libertad de los hijos termina donde empieza la responsabilidad de los padres? El filósofo Gregorio Luri y un grupo de jóvenes conversan como iguales. ‘A mi yo adolescente’.</i> Ante esta interrogante Luri señala que, la libertad de los padres hacia los hijos es basado desde el amor incondicional. Por otro lado, los jóvenes manifiestan que quieren aprender desde sus propias experiencias. Puesto que, para ellos saltarse algunos límites es lo que significa la adolescencia.</p> <p>En el cierre del “copy”: <i>Cada sábado en La 2 de TVE (14h) y en nuestro canal de YouTube.</i> El objetivo es persuadir a sus <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión y el digital (el canal de YouTube). Acompañado de los <i>hashtags</i></p>
--	--	--	---

			<p>#AMiYoAdolescente y #AMYALibertad (ver figura 16)</p> <p>El <i>target</i> primario (los jóvenes) opinan que, el tema del contenido audiovisual expuesto por la marca BBVA es fantástico porque invita a la reflexión. Debido a que, la libertad de los hijos tiene como cimiento la confianza de los padres. Dando lugar, a realizar la interacción de etiquetar a otros usuarios de la red social. Asimismo, es el contenido con más comentarios de los <i>tweets</i> sobre el episodio <i>Libertad</i>.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera entre sus <i>followers</i> es que, consideran acertado el contenido audiovisual de la marca BBVA. Dando como resultado, ser beneficioso para la imagen corporativa.</p>
		<p>Y O U T U B E</p>	<p>En el contenido audiovisual del 13 de junio de 2021 con el título <i>Versión Completa. Episodio 4. A Mi Yo Adolescente: Libertad. Gregorio Luri, filósofo y profesor</i>. Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYALibertad. Tiene una duración de 45 minutos y 25 segundos con 88542 mil visualizaciones. Cuenta con 3347 <i>likes</i> y 67 <i>dislikes</i>.</p> <p>Está liderado por el filósofo y profesor, Gregorio Luri. Tiene como panelistas a un grupo de 13 jóvenes, cuyas edades son entre los 16 a 20 años. Cuenta con las intervenciones de los expertos como el periodista, Luis del Olmo, el juez, Emilio Calatayud y la psicóloga, Violeta Esteban Pons. Los padres de familia Eva Puigventos y Nacho Yañez.</p> <p>Ellos conversan como iguales sobre la libertad. En el cierre del contenido audiovisual se muestra al logo del banco BBVA, con el objetivo de recordación de la marca en los usuarios de YouTube.</p>

			<p>En la sección de descripción del vídeo, se muestran los <i>links</i> para los canales digitales como Facebook, Instagram y la página web. Se busca que los usuarios se conviertan en <i>followers</i>, suscriptores y generar tráfico. (ver figura 17)</p> <p>Los comentarios son 199, lo cuales son empleados en su mayoría por el <i>target</i> secundario (los padres de familia).</p> <p>El <i>target</i> secundario (los padres de familia) opina que, la forma de comunicación de los panelistas (los jóvenes) en el contenido audiovisual es asertiva e inteligente porque se tiene la capacidad de comprender el tema con el fin de invitar a la reflexión a sus suscriptores. Asimismo, se considera a los jóvenes panelistas sabios al no tener miedo a cometer errores porque eso es vivir en libertad. Sin embargo, hay un grupo reducido que expone que, los jóvenes se muestran sin respeto hacia sus padres debido a su inmadurez.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus suscriptores.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera entre sus suscriptores es que, consideran de gran aporte el diálogo. Puesto que, da lugar a conocer a fondo las diferentes perspectivas de la libertad de los panelistas (los jóvenes).</p>
			<p>BLOG</p> <p>En el blog que está creado por el BBVA en colaboración con el diario <i>El País</i>. Cuenta con el contenido audiovisual del episodio número cuatro completo, cuyo título es <i>Libertad</i>. Tiene la sinopsis del episodio y junto a este la foto del presentador Gregorio Luri con su biografía.</p> <p>Posee los íconos para compartir al costado izquierdo del contenido audiovisual a través de sus canales digitales como Facebook y Twitter. Asimismo, LinkedIn, correo, podcast y enlace. (ver figura 18)</p>

		<p>PLATAFORMAS DIGITALES</p>	<p>S P O D C A S T I F Y</p>	<p>En Spotify, el episodio número cuatro del 19 de junio tiene como título <i>A mi yo adolescente: Libertad. BBVA Aprendemos Juntos</i>. En la descripción se observa la sinopsis. Posee en su portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa. Acompañados del logo blanco con la tipografía <i>san-serif</i> del BBVA y el Podcast en la parte superior izquierda. En la parte baja tiene a <i>Aprendemos Juntos</i>.</p> <p>Cuenta con las opciones para descargar, ordenar por fecha, filtrar y sin escuchar de todos los episodios. Se puede compartir en todas las plataformas digitales, correo, mensajería, entre otros. Además, a través del icono (...) tiene la posibilidad de copiar enlace del episodio, agregar a la cola y agregar a <i>playlist</i>. (ver figura 19)</p>
			<p>I V O O X</p>	<p>El cuarto episodio titulado <i>A mi yo adolescente: Libertad</i> del 19 de junio de 2021, cuya duración es de 46 minutos y 46 segundos. Tiene como portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa. Acompañado del logo blanco con la tipografía <i>san-serif</i> del BBVA y el Podcast en la parte superior izquierda. En la parte baja tiene a <i>Aprendemos Juntos</i>. Posee las etiquetas de la categoría a la que pertenece de hijos y educación.</p> <p>Cuenta con <i>9 likes, 0 comments y 1299 reproducciones</i>. Tiene los íconos de descargar, compartir, me gusta y denunciar contenido. Ellos están ubicados abajo del reproductor.</p> <p>Seguidamente en la parte baja, se encuentra la descripción del episodio cuatro: <i>La libertad ha formado parte de las conversaciones de los jóvenes desde la noche de los tiempos. ¿Qué significa ser libre? ¿Hasta qué punto lo somos realmente? ¿Ser joven es necesariamente ser rebelde? ¿Son la libertad y los límites dos caras de una misma moneda? El filósofo Gregorio Luri se reúne con un</i></p>

			<p><i>grupo de jóvenes para conocer cómo viven, cómo piensan y cómo imaginan la libertad. Con las intervenciones del periodista Luis del Olmo, el juez Emilio Calatayud, la psicóloga Violeta Esteban Pons, y los padres de dos adolescentes, Eva Puigventos y Nacho Yáñez. Tiene los hashtags de educación, escuela. Libertad, adolescencia y bbva podcast. (ver figura 20)</i></p>
		<p>G O O G L E P O D C A S T</p>	<p>El cuarto episodio titulado <i>A mi yo adolescente: Libertad</i> del 18 de junio de 2021, cuya duración es de 47 minutos. Por otro lado, no cuenta con la portada como en las otras plataformas digitales. Tiene los íconos para reproducir episodio y marcar como reproducido. Seguidamente en la parte baja, se encuentra la descripción del episodio cuatro: <i>La libertad ha formado parte de las conversaciones de los jóvenes desde la noche de los tiempos. ¿Qué significa ser libre? ¿Hasta qué punto lo somos realmente? ¿Ser joven es necesariamente ser rebelde? ¿Son la libertad y los límites dos caras de una misma moneda? El filósofo Gregorio Luri se reúne con un grupo de jóvenes para conocer cómo viven, cómo piensan y cómo imaginan la libertad. Con las intervenciones del periodista Luis del Olmo, el juez Emilio Calatayud, la psicóloga Violeta Esteban Pons, y los padres de dos adolescentes, Eva Puigventos y Nacho Yáñez. (ver figura 21)</i></p>
		<p>A P P L E P O D</p>	<p>El cuarto episodio titulado <i>A mi yo adolescente: Libertad BBVA Aprendemos Juntos</i> del 18 de junio de 2021, cuya duración es de 46 minutos y 47 segundos. Tiene en su portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa. Acompañados del logo blanco con la tipografía <i>san-serif</i> del BBVA y el Podcast en la parte superior izquierda. En la parte baja tiene a <i>Aprendemos</i></p>

			<p>C A S T</p>	<p><i>Juntos</i>. Cuenta con la etiqueta de la categoría a la que pertenece de arte.</p> <p>Tiene los íconos para compartir en Facebook, Twitter y mediante el <i>link</i> de enlace.</p> <p>Seguidamente en la parte baja, se encuentra la descripción del episodio cuatro: <i>La libertad ha formado parte de las conversaciones de los jóvenes desde la noche de los tiempos. ¿Qué significa ser libre? ¿Hasta qué punto lo somos realmente? ¿Ser joven es necesariamente ser rebelde? ¿Son la libertad y los límites dos caras de una misma moneda?</i></p> <p><i>El filósofo Gregorio Luri se reúne con un grupo de jóvenes para conocer cómo viven, cómo piensan y cómo imaginan la libertad. Con las intervenciones del periodista Luis del Olmo, el juez Emilio Calatayud, la psicóloga Violeta Esteban Pons, y los padres de dos adolescentes, Eva Puigventos y Nacho Yáñez.</i></p> <p>Finalmente, abajo del reproductor cuenta con tres <i>links</i> como el sitio web del episodio, más episodios y el blog https://www.bbva.com/es/especiales/bbva-podcast/. Tiene el objetivo de generar tráfico al sitio web del episodio, escuchar los otros episodios e ir al blog del podcast del BBVA. (ver figura 22)</p>
--	--	--	----------------------------	--

Elaboración propia.



Figura 2: Post de Facebook del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 17 de junio de 2021.

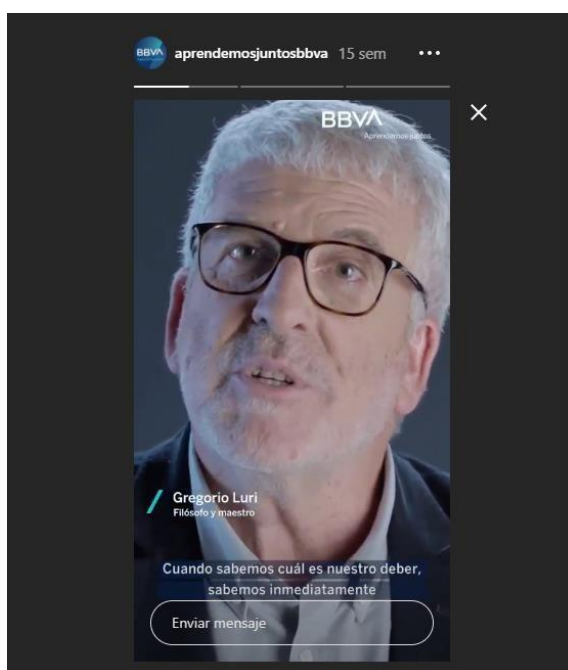


Figura 3: Primer highlight de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 17 de junio de 2021.

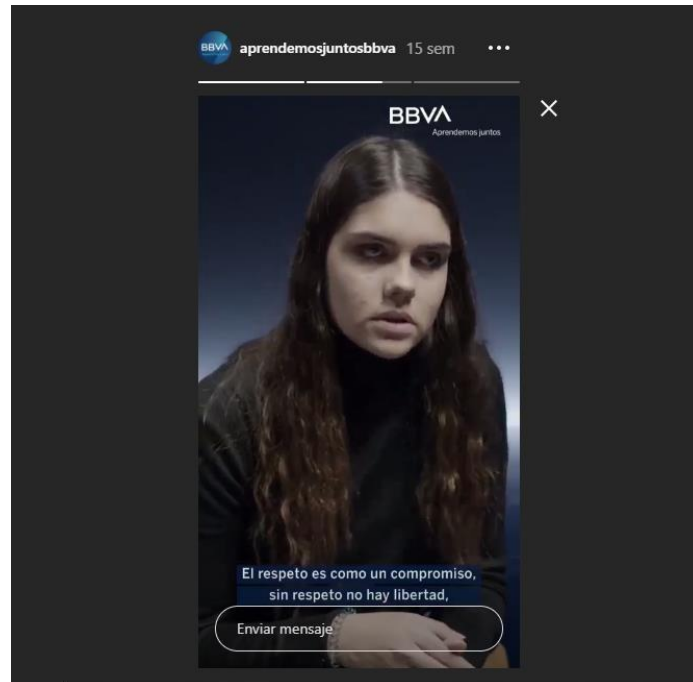


Figura 4: Segundo highlight de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 17 de junio de 2021.

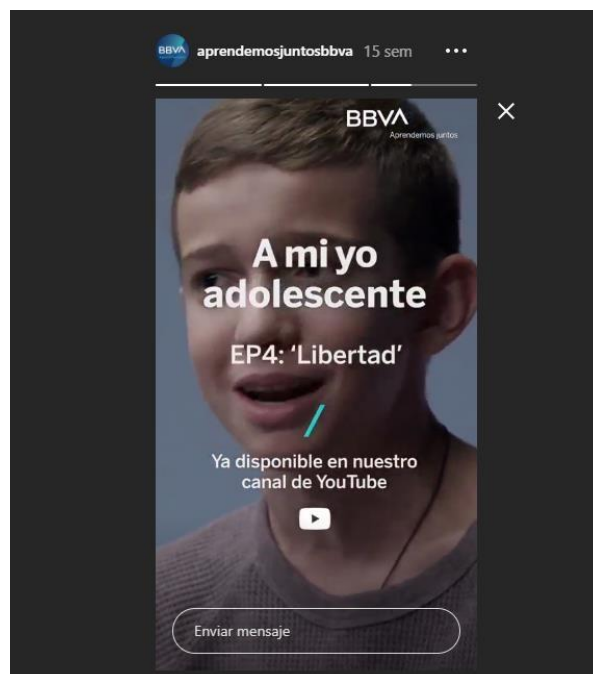


Figura 5: Tercer highlight de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 17 de junio de 2021.



Figura 6: Primer post de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 15 de junio de 2021.



Figura 7: Segundo post de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 15 de junio de 2021.



Figura 8: Tercer post de Instagram del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 16 de junio de 2021.



Figura 9: Primer tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 12 de junio de 2021.



Figura 10: Segundo tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021.



Figura 11: Tercer tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021.



Figura 12: Cuarto tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021.



Figura 13: Quinto tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021.



Figura 14: Sexto tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021.



Figura 15: Séptimo tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 13 de junio de 2021.



Figura 16: Octavo tweet de Twitter del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 15 de junio de 2021.

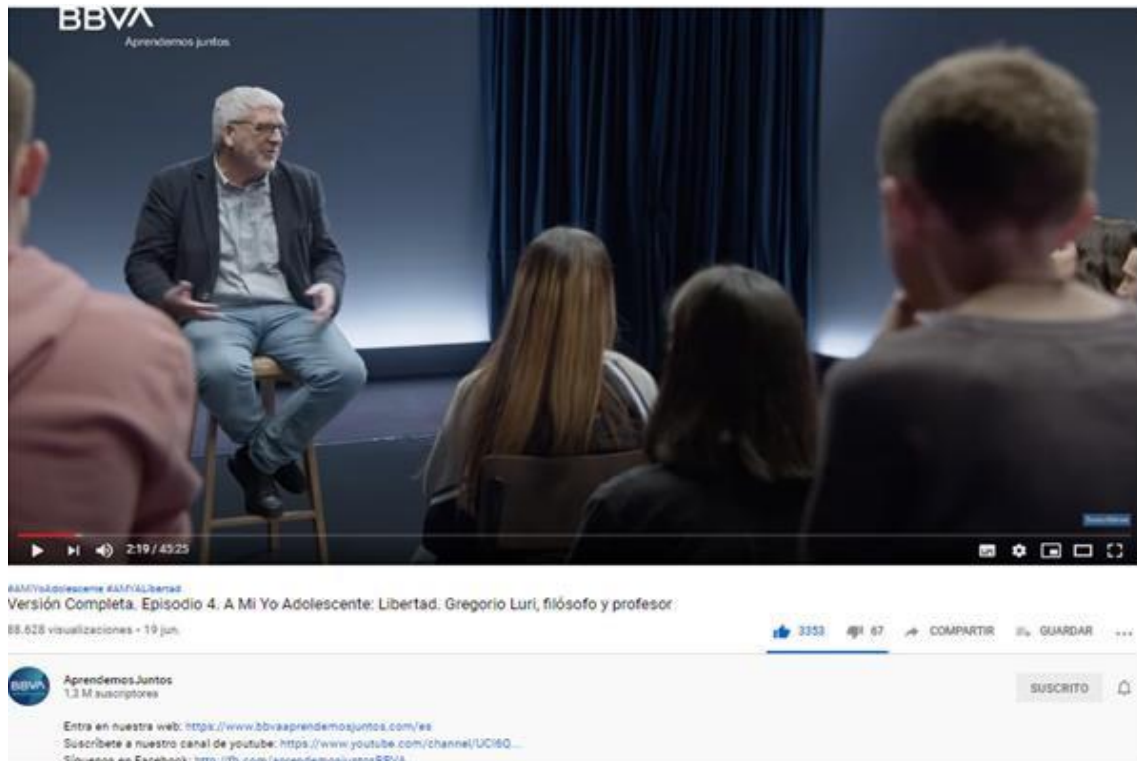


Figura 17: *Producto audiovisual en YouTube del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021.*

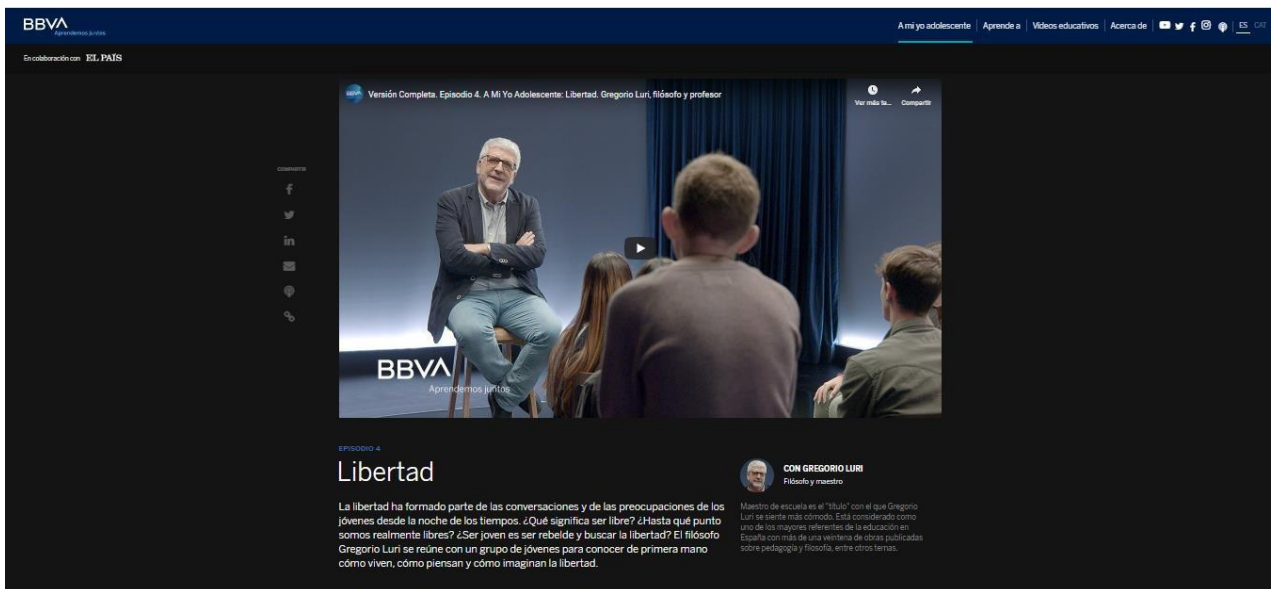


Figura 18: *Blog del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021.*



Figura 19: Perfil de Spotify del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021.



Figura 20: Perfil de iVoox del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021.



Figura 21: Perfil de Google Podcasts del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 18 de junio de 2021.

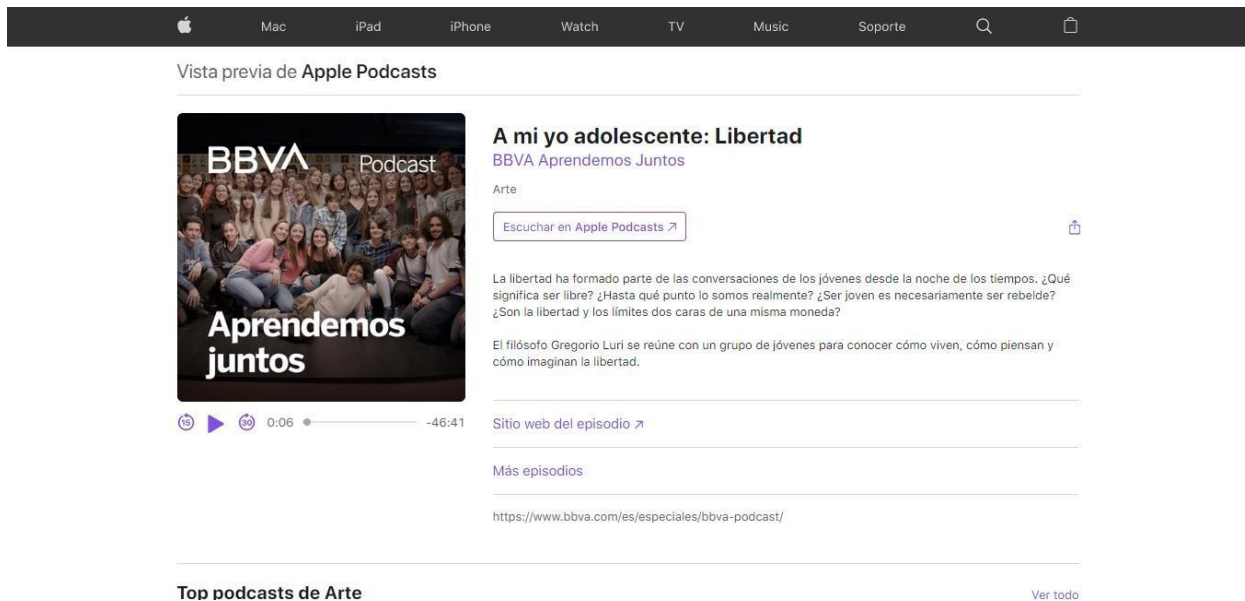


Figura 22: Perfil de Apple Podcasts del BBVA en colaboración con El País del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 18 de junio de 2021.

Tabla 3:

Ficha de observación del episodio número cuatro, titulado “Libertad”. Fecha 19 de junio de 2021.

	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ANÁLISIS
V A R I A B L E P O D C A S T	SEGMENTACIÓN	TARGET PRIMARIO	<p>El <i>target</i> primario son los jóvenes, hombres y mujeres entre 16 a 20 años del nivel socioeconómico A y B. Ellos son estudiantes universitarios y colegialas. Tienen como <i>hobbies</i> pasar tiempo con sus amigos y salir a divertirse realizando actividades nuevas que despierten su curiosidad por la vida. Sienten rechazo hacia el control autoritario de los padres. Anhelan el respeto mutuo y que sus perspectivas sobre su vida sean valoradas.</p> <p>El <i>target</i> primario aporta a la segmentación porque denota importancia al episodio <i>Libertad</i> debido al interés que se genera.</p>
		TARGET SECUNDARIO	<p>El <i>target</i> secundario son los adultos, hombres y mujeres de 40 a 55 años del nivel socioeconómico A y B. Ellos son padres y madres de familia de los adolescentes y los jóvenes. Tienen como <i>hobbies</i> pasar tiempo en familia como reuniones familiares los fines de semana. Anhelan tener la capacidad de poder entender a los hijos adolescentes y los jóvenes, a través de la comunicación asertiva. Se cuestionan la crianza que le dieron sus padres en el pasado, por lo cual están dispuestos a aprender mediante los expertos las herramientas necesarias de comunicación como tolerancia y respeto hacia sus hijos.</p> <p>El <i>target</i> secundario aporta a la segmentación porque demuestra que existen este tipo de consumidores del episodio <i>Libertad</i>, que lo encuentran relevante para sus vidas y la mejora de ella.</p>
		TEMÁTICA DEL EPISODIO	<p>El rol que cumple la temática del episodio es conocer de primera mano cómo viven, cómo piensan y cómo imaginan la libertad los jóvenes, cuyas edades son entre los 16 y 20 años del nivel socioeconómico A y B.</p> <p>La temática del episodio aporta a la segmentación debió a que, tiene como objetivo lograr iniciar la conversación sobre</p>



			<p>el episodio número cuatro, titulado <i>Libertad</i>, puesto que, da pie a que los jóvenes desarrollen una postura crítica a través de la reflexión.</p> <p>El tema libertad se ha abordado mediante la narrativa híbrida, es decir se inicia el episodio número cuatro con el monólogo del ponente Gregorio Luri, quien es filósofo y pedagogo. Seguido del diálogo con el panel de discusión con los jóvenes, los expertos invitados y los padres de familia. El diálogo del tema se desarrolla a base de preguntas. Finalmente, como cierre se tiene la postura final por parte de los jóvenes sobre el tema libertad y el agradecimiento del ponente Gregorio Luri, quien es filósofo y pedagogo.</p>
--	--	--	---

Elaboración propia.

3.1 Análisis del episodio número cinco titulado *Miedo*

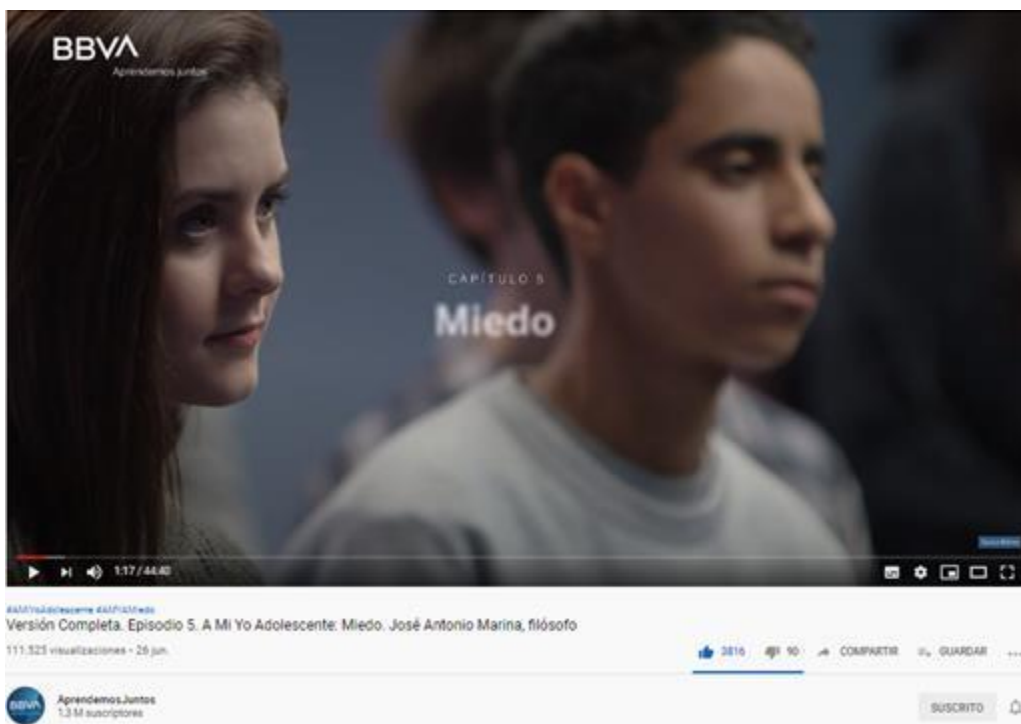


Figura 23. Experto del episodio número cinco, José Antonio Marina, filósofo. Fecha 26 de junio de 2021.

Tabla 4:

Ficha de observación del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021.

	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ANÁLISIS
V A R I A B L E P O D C A S T	CONTENIDO	EXPERTOS	<p>Conduce el filósofo y pedagogo, José Antonio Marina. Él tiene como rol ser intermediario entre los jóvenes, los expertos y los padres. Asimismo, presenta el tema y a los expertos del episodio número cinco, titulado <i>Miedo</i>.</p> <p>Las intervenciones son del periodista Iñaki Gabilondo que expone que, él también tuvo miedo a hablar en público. Porque cuando uno asoma a un lugar público, está en cierto sentido, debilitado. Considera que es natural tener siempre ese pequeño vértigo. De esta manera, su rol es ser ejemplo para los jóvenes. A normalizar el miedo en sus vidas y que esto no sea una razón para dejar de hacer las cosas.</p> <p>El escritor Benjamín Prado postula que, el que no tiene miedo es el que nunca se ha arriesgado a nada. Es decir, no ha vivido la vida. También expone que el miedo no se elige, sin embargo, la cobardía sí. Es así como el rol que cumple es el ser el motor de los jóvenes para que salgan de sus zonas de confort.</p> <p>La psicóloga María Jesús Álava expone que, los miedos de los jóvenes en el pasado con los del presente han cambiado notablemente lo que significa miedo a la incertidumbre debido a los constantes cambios de su entorno. De esta manera, el rol que cumple es ser la referente de calma a los jóvenes puesto que, los invita a dejar de lado las exigencias que la sociedad les pide para sus futuros porque eso hace que el miedo aumente en sus vidas.</p> <p>Los expertos aportan al contenido a través de las preguntas cumpliendo el rol de hacer reflexionar a los jóvenes panelistas, logrando así que los jóvenes den lugar a su pensamiento crítico en el episodio número cinco, titulado <i>Miedo</i>. (ver figura 23)</p>

		<p>PANELISTAS</p>	<p>Los panelistas son trece jóvenes de España, entre hombres y mujeres. Las edades son entre los 16 a 20 años. Cabe mencionar algunas como Cristina de 17 años se presenta disconforme frente al miedo del futuro. Mientras que, Irene de 16 años se muestra tímida al miedo sobre mostrarse a sí misma.</p> <p>La actitud de los panelistas es reflexiva y su comunicación es locuaz puesto que, muestran dominio del tema. Ellos son asertivos al expresar sus posturas, debido a que han desarrollado el respeto hacia los demás.</p> <p>Los padres de familia Chuz Plaza y Nacho Yañez, son los panelistas que tienen el rol de exponer sus memorias cuando ellos eran jóvenes y cómo piensan que en la actualidad los padres tienen una comunicación en apertura con sus hijos en la juventud. El tipo de comunicación en el pasado no se tenía.</p> <p>Los panelistas aportan al contenido del episodio 5, titulado <i>Miedo</i> el dar a conocer las diferentes perspectivas de los jóvenes y los padres, sobre un mismo tema que es el Miedo.</p>
		<p>MENCIONES</p>	<p>Al cierre del episodio, una voz en <i>off</i> realiza la mención con pista de fondo suave. La mención que realiza es del diario español <i>El País</i> y la editorial española <i>Santillana</i>. El tono empleado es corporativo y de carácter educativo con la duración de 44 segundos. La mención es: <i>A Mi Yo Adolescente, un programa de Aprendamos Juntos, creado por BBVA con la colaboración de El País y Santillana, BBVA AprendamosJuntos.com Puedes encontrar todos los podcasts del BBVA en iVoox, Apple Podcast, Spotify y Google Podcast. Además, del BBVA.com</i></p> <p>El mensaje es generar recordación de las marcas <i>El País</i> y <i>Santillana</i> en los usuarios que escuchan el podcast. Es de aporte al contenido porque tiene como objetivo lograr notoriedad en cuanto a la identidad del BBVA al mostrar el interés en la educación de los jóvenes al realizar la colaboración con las marcas <i>El País</i> y <i>Santillana</i>, logrando así el episodio número cinco, titulado <i>Miedo</i>.</p>

Elaboración propia.

Tabla 5:

Ficha de observación del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021.

	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	Í T E M S	ANÁLISIS
V A R I A B L E P O D C A S T	DIFUSIÓN	CANALES DIGITALES	F A C E B O O K	<p>El contenido presentado el 24 de junio a través del fan page de <i>Aprendamos juntos</i> con el título <i>El mejor aliado del miedo /AMYA 05 Miedo</i> es de formato audiovisual. El presentador es el filósofo, José Antonio Marina. Él presenta a la madre de familia de dos hijos adolescentes, Chuz Plaza, quién postula que su más grande temor inicio cuando le comentó a su mamá que estaba embarazada y ella le dijo: <i>Bienvenida, al club de los sufridores y al club de los miedos</i>. Es decir, su postura fue que, a partir de ahí iba a tener miedo a cada etapa que su hijo pasara en su vida lo que significa para ella, el miedo a todo. En el cierre del contenido audiovisual, se observa el logo del banco BBVA, con el objetivo de recordación de la marca de sus <i>followers</i>.</p> <p>La duración del contenido audiovisual es de 6 minutos con 05 segundos. Cuenta con 39 mil reacciones. Lidera las reacciones los <i>likes</i> con la cantidad de 32 mil. Mientras que, 10 <i>angry</i> reacciones son las menos empleadas por los <i>followers</i>.</p> <p>El “copy” es: <i>El mejor aliado del miedo es el silencio”, dice el filósofo José Antonio Marina. Para superar el miedo, lo mejor es hablar. Y los jóvenes, ¿lo tenéis controlado?</i>.</p> <p>Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYAMiedo. En el cierre del “copy” se realiza el “call to action”: ‘<i>A mi yo adolescente</i>’, un nuevo episodio cada sábado en La 2 de TVE (14 h) y en nuestro canal de YouTube. Cuyo fin es persuadir a los <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digital (el canal de YouTube). (ver 24 figura)</p>

			<p>Los comentarios del contenido audiovisual son 582. En su totalidad son empleados por el <i>target</i> secundario (los padres de familia). El <i>target</i> principal (los jóvenes) no exponen sus comentarios.</p> <p>El <i>target</i> secundario (los padres de familia) postula que, el contenido audiovisual es enriquecedor para sus vidas tanto como padres de familia como personas, puesto que lo consideran como una herramienta para afrontar sus miedos.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera es que, un significativo número de padres de familia opina que los jóvenes tienen el derecho a desarrollarse en un ambiente de iguales con el fin de poder tener confianza con sus padres y con ello dejar de lado los miedos. Sin embargo, para un reducido número de padres de familia considera que, los jóvenes deben tener una crianza jerarquizada con el objetivo de obtener respeto.</p>
		<p>I N S T A G R A M</p>	<p>-En el primer <i>highlight</i> de la cuenta de Instagram de <i>Aprendemos Juntos</i> tiene la foto de la joven Cristina con 17 años como portada y con el título de <i>AMYA Miedo</i>.</p> <p>El contenido del <i>highlight</i> es de tres jóvenes, las cuales son Irene con 16 años, Carmela con 18 años y Lucía con 18 años. Ellas comentan los miedos que tienen en la etapa de la adolescencia como la vulnerabilidad, la visión de uno mismo y a el futuro. Tiene como objetivo el generar identificación en los <i>followers</i>. (ver figura 25)</p> <p>-En el segundo <i>highlight</i> se presenta al filósofo y pedagogo, José Antonio Marina. Él postula que, el mejor aliado del miedo es el silencio. El fin es generar <i>awareness</i> en los <i>followers</i> sobre el episodio cinco, titulado <i>Miedo</i>. (ver figura 26)</p> <p>-En el tercer <i>highlight</i> se expone la promoción del episodio número cuatro, titulado <i>Libertad</i>. El cual se encuentra</p>

			<p>disponible en el canal de YouTube de <i>Aprendamos Juntos</i>. Tiene como fin lograr tráfico de los <i>followers</i> en el canal de YouTube a través del “copy”: <i>A mi yo adolescente EP5: “Miedo”. Seguido del “call to action”</i>: “Ya disponible en nuestro canal de YouTube” (ver figura 27)</p> <p>-El primer <i>post</i> del 22 de junio de 2021, tiene 360, 311 reproducciones y cuenta con 17, 398 <i>likes</i>. La duración es de 4 minutos con 42 segundo. En el cierre del contenido audiovisual se muestra al logo del banco BBVA, con el objetivo de generar recordación de la marca. Liderado por el filósofo y pedagogo, José Antonio Marina. Él expone su postura a los panelistas, los jóvenes y los adolescentes, en cuanto a la diferencia de la cobardía y el miedo. Siendo la cobardía una conducta que se puede controlar y el miedo, una emoción que no se puede controlar. Acompañado de los <i>hashtags</i> #Amiyoadolescente y #Miedo. En el cierre del “copy” se realiza el “call to action”: ‘<i>A mi yo adolescente</i>’, un nuevo episodio cada sábado en <i>La 2 de TVE (14 h)</i> y en nuestro canal de YouTube. Teniendo como objetivo persuadir a sus <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digital (el canal de YouTube). (ver figura 28)</p> <p>Cuenta con diversos comentarios, pero en su mayoría es el <i>target</i> primario (los jóvenes). Ellos se muestran en desacuerdo al tema expuesto por el banco BBVA en el contenido audiovisual, puesto que consideran que un rubro como el bancario no debería hablar de temas como el <i>Miedo</i>. Ellos deberían prestar atención en mejorar sus canales de atención a los consumidores. Sin embargo, existe un reducido número de personas del <i>target</i> secundario (los padres de familia) y <i>target</i> primario (los jóvenes) que celebran el contenido. Ellos lo consideran enriquecedor para sus vidas al conocer los conceptos básicos acerca del miedo y la cobardía.</p>
--	--	--	---

			<p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios expuestos de los <i>followers</i>.</p> <p>-El segundo <i>post</i> del 22 de junio de 2021, tiene 67, 538 reproducciones y cuenta con 5,754 <i>likes</i>. La duración es de aproximadamente 4 minutos y 35 segundos. En el “copy” se presenta la interrogante hacia los jóvenes panelistas y para el presentador José Antonio Mariani: <i>Qué es el miedo y cómo nos afecta?</i> (se desarrolla la respuesta en el contenido audiovisual con subtítulos de la tipografía <i>sans-serif</i> de color blanco y fondo azul). Acompañado de los <i>hashtags</i> #Amiyoadolescente y #Miedo. Seguidamente en el cierre del “copy”: <i>A mi yo adolescente’, un nuevo episodio cada sábado en La 2 de TVE (14 h) y en nuestro canal de YouTube</i>. Teniendo como objetivo persuadir a sus <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digital (el canal de YouTube). (ver figura 29)</p> <p>En casi la mayoría de los comentarios son empleados por el <i>target</i> secundario (los padres de familia). Ellos expresan su opinión en cuanto al contenido audiovisual, donde se expone al miedo como un sentimiento que los impulsa a atreverse a realizar las actividades diarias como luchar por sus sueños. Sin embargo, a pesar de ser adultos, siguen teniendo el sentimiento de miedo. De esta manera, lo consideran excepcional, puesto que logran la identificación.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera entre sus <i>followers</i> es que, los panelistas y el filósofo y pedagogo, José Antonio Marina son sabios porque sus respuestas son enriquecedoras.</p> <p>-El tercer <i>post</i> del 23 de junio de 2021, tiene 303,934 reproducciones y cuenta con 13,091 <i>likes</i>. La duración es de 38 segundos aproximadamente.</p>
--	--	--	--

			<p>En el <i>copy</i> se presenta la interrogante hacia los jóvenes panelistas: <i>¿Por qué tenemos tanto miedo al futuro?</i>” (se desarrolla la respuesta en el contenido audiovisual con subtítulos de la tipografía <i>sans-serif</i> de color blanco y fondo azul). Tiene como objetivo iniciar el debate en los jóvenes, convirtiéndose en una charla sincera y llena de incertidumbres. Acompañado de los hashtags <i>#Amiyoadolescente</i> y <i>#Miedo</i>. Seguidamente el cierre del “<i>copy</i>”: <i>‘A mi yo adolescente’, un nuevo episodio cada sábado en La 2 de TVE (14 h) y en nuestro canal de YouTube</i>. Se tiene como objetivo persuadir a sus <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digital (el canal de YouTube). (ver figura 30)</p> <p>En los comentarios los <i>followers</i> se muestran en desacuerdo, siendo el <i>target</i> secundario (los padres de familia) en su mayoría con lo expuesto por los panelistas (los jóvenes). Ellos los consideran flojos al no aceptar la competitividad que conlleva la vida. Sin embargo, dentro del <i>target</i> secundario (los padres de familia) existe una minoría que considera las respuestas de los panelistas adecuada. Ello debido a que, postulan que los jóvenes tienen miedo al futuro por la crisis del país donde viven España. Además, ellos exponen que, la educación debe ser flexible y de libre elección.</p> <p>Por otro lado, el <i>target</i> primario (los jóvenes) apoyan lo expuesto por los panelistas en el contenido audiovisual. Ello debido a que, cuando se habla de exigencias en la actualidad a los jóvenes en todo ámbito, se deja de lado la libre decisión sobre sus propias vidas.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera entre sus <i>followers</i> es que, postulan que los jóvenes tienen que dejar de agobiarse por los miedos para empezar a vivir porque es</p>
--	--	--	--

			<p>desde los errores donde están los más grandes aprendizajes.</p> <p>-El cuarto <i>post</i> del 25 de junio de 2021, tiene 32,071 reproducciones y cuenta con 2,475 <i>likes</i>. La duración es de 38 segundos aproximadamente. En el cierre del contenido audiovisual se muestra al logo del banco BBVA, con el objetivo de generar recordación de la marca.</p> <p>En el <i>copy</i> se presenta que el miedo es una reacción natural. Pero, también es algo que con la práctica y la confianza se puede superar.</p> <p>En el contenido audiovisual, el periodista, Iñaki Gabilondo expone su postura sobre el miedo basado en su experiencia como periodista. Él tuvo miedo a hablar en público cuando realizaba su trabajo profesional, debido a que cuando uno asoma a un lugar público, está en cierto sentido debilitado. Él considera que es natural tener siempre ese pequeño vértigo en nuestras vidas. Tiene como objetivo iniciar el debate en los jóvenes, convirtiéndose en una charla sincera y amena.</p> <p>Acompañado de los hashtags #Amiyoadolescente y #Miedo. Seguidamente en el cierre del “<i>copy</i>”: <i>‘A mi yo adolescente’, un nuevo episodio cada sábado en La 2 de TVE (14 h) y en nuestro canal de YouTube.</i> Se tiene como objetivo persuadir a los <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digita (el canal de YouTube). (ver figura 31)</p> <p>Los comentarios son escasos y son empleados por el <i>target</i> secundario (los padres de familia) y el <i>target</i> primario (los jóvenes). Ellos expresan su opinión mediante el uso de <i>emojis</i> de aplausos y corazones. Ello significa aceptación sobre la postura de los jóvenes panelistas y el experto, quienes postulan que el miedo es un sentimiento que comparten todas las personas que con el tiempo se puede superar.</p>
--	--	--	--

			<p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera entre sus <i>followers</i> es que el miedo a hablar en público es compartido por todas las generaciones. Por lo tanto, el arriesgarse es de vital importancia para dejar atrás el miedo.</p>
			<p>T W I T T E R</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 19 de junio de 2021, se presenta el <i>tráiler</i> del quinto episodio a través del contenido audiovisual. Se expone al presentador José Antonio Marina, filósofo y pedagogo. Él expresa que se diría a su yo adolescente sobre el miedo: <i>que piense menos y sienta más la vida</i>.</p> <p>Tiene la duración de 1 minuto con 14 segundos y 293,4 mil reproducciones. Cuenta con 47 <i>retweets</i>, 5 <i>tweets</i> citados y 153 <i>likes</i>. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda del contenido audiovisual con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendemos Juntos</i>. Se visualiza la lista de reproducción, titulado <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. Además, los vídeos de corta duración, donde los jóvenes y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p> <p>En el “copy”: <i>El miedo no tiene edad, "pero cada edad tiene sus miedos propios". José Antonio Marina reúne a un grupo de jóvenes el sábado 20 de junio a las 14h en @la2_tve. Acompañado de los hashtags #AMiYoAdolescente y #AMYAMiedo.</i></p> <p>En el cierre del “copy”: <i>'A mi yo adolescente'. Cada sábado en La 2 de TVE (14h) y en nuestro canal de YouTube. Se tiene como objetivo persuadir a sus followers para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digital (el canal de YouTube). (ver figura 32)</i></p> <p>No cuentan con comentarios de sus <i>followers</i>.</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 20 de junio de 2021, cuyo contenido es <i>tweeteado</i> con la fotografía de</p>

			<p> una de las adolescentes panelistas del episodio cinco, titulado <i>Miedo</i>. Cuenta con el logo del podcast <i>BBVA Aprendemos Juntos</i> en la parte baja izquierda. de color blanco con tipografía <i>sans-serif</i>. </p> <p> En el “copy”: <i>Comienza ‘A mi yo adolescente’ en @la2_tve. Hoy, el filósofo y pedagogo José Antonio Marina y un grupo de jóvenes hablan de los miedos y de cómo superarlos. Acompañado de los hashtags #AMiYoAdolescente y #AMYAMiedo. Cuenta con 8 retweet y 25 likes. Tiene como objetivo generar recordación en sus followers sobre el inicio del episodio número cinco, titulado Miedo. (ver figura 33)</i> </p> <p> No cuentan con comentarios de sus <i>followers</i>. </p> <p> -En el <i>tweet</i> del 20 de junio de 2021, cuyo contenido es audiovisual con el título <i>El miedo al futuro</i>. Tiene una corta duración de 28 segundos y 2 mil 500 reproducciones. Cuenta con 19 <i>retweets</i>, 3 <i>tweets</i> citados y 38 likes. Presenta el enlace en la parte superior izquierda con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendemos Juntos</i>, donde se visualiza la lista de reproducción, cuyo título es <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. Asimismo, los vídeos de corta duración, donde los jóvenes y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas. </p> <p> En el “copy”: <i>Carmela, 18 años: “Tenemos una tendencia a pensar en un futuro precario. Pero no creo que eso sea una paranoia nuestra, sino que es algo que realmente podemos ver.</i> La joven de 18 años expresa su preocupación y miedo en cuanto a los jóvenes que como ella piensan que en su país España no hay futuro para surgir. Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYAMiedo (ver figura 34) </p> <p> Los comentarios son escasos y son empleados por el <i>target</i> secundario (los padres de familia). Se destaca el comentario del usuario @xDinoraRosales quien señala </p>
--	--	--	---

			<p>que, <i>para los jóvenes que son lo ven todo bastante claro</i>. Es decir, considera que la joven panelistas tiene la postura firme sobre el tema Miedo del episodio número cinco.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendamos Juntos</i> del BBVA, no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, no se genera ningún debate entre sus <i>followers</i>, al contar con escasos comentarios.</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 20 de junio de 2021, cuyo contenido es audiovisual con el título <i>El miedo de los padres</i>. Tiene una duración de 1 minuto y 22 segundos con 1,800 mil reproducciones. Cuenta con 21 <i>retweets</i>, 51 <i>likes</i> y no cuenta con <i>tweets</i> citados. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendamos Juntos</i>, donde se puede visualizar la lista de reproducción, cuyo título es <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. Además, los vídeos de corta duración, donde los jóvenes y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p> <p>El “copy”: <i>Los padres también tienen miedo. “Como padres, la pregunta no es a qué tenemos miedo: la pregunta es a qué no tenemos miedo”, dice Chus Plaza, madre de dos adolescentes. ¿Sois los jóvenes conscientes de los miedos de vuestros progenitores? Acompañado de los hashtags #AMiYoAdolescente y #AMYMiedo.</i> (ver figura 35)</p> <p>El único comentario es empleado por el <i>target</i> secundario (los padres de familia). El <i>follower</i> @francomorex161 quien postula que, el contenido es muy interesante. En este sentido, considera que la madre de familia Chus Paza que interviene en el episodio número cinco, titulado <i>Miedo</i>, aporta sabiduría al contenido al postular que aun siendo mayor tiene miedo. Sobre todo, porque es madre y al serlo logra tener empatía cuando sus padres se preocupan por ella cuando era joven.</p>
--	--	--	--

			<p>La cuenta oficial de <i>Aprendamos Juntos</i> del BBVA, no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, no se genera ningún debate entre sus <i>followers</i>, al contar con solo un comentario.</p> <p>-En el tweet del 20 de junio de 2021, cuyo contenido es audiovisual y con el título <i>El miedo escénico</i>.</p> <p>Tiene la duración de 1 minuto y 30 segundos con 4.3 mil reproducciones. Cuenta con 57 <i>retweets</i>, 4 <i>tweets</i> citados y 150 <i>likes</i>. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendamos Juntos</i>, donde se visualiza la lista de reproducción, cuyo título es <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. Asimismo, los vídeos de corta duración, donde los jóvenes y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p> <p>El “copy”: <i>Yo también tuve miedo a hablar en público, dice el periodista Iñaki Gabilondo. “Es natural tener ese temor, ese pequeño vértigo, esa sensación de inseguridad”</i>. Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYAMiedo.</p> <p>En el contenido audiovisual, el periodista, Iñaki Gabilondo expone su postura sobre el miedo basado en su experiencia como periodista. Él tuvo miedo a hablar en público cuando realizaba su trabajo profesional, debido a que, cuando uno asoma a un lugar público, está en cierto sentido debilitado. Él considera que es natural tener siempre ese pequeño vértigo en nuestras vidas. Tiene como objetivo iniciar el debate en los jóvenes, convirtiéndose en una charla sincera y amena. (ver figura 36).</p> <p>No cuentan con comentarios de sus <i>followers</i>.</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 20 de junio de 2021, cuyo contenido es el <i>link</i> que tiene la fotografía de uno de los jóvenes panelistas con el título <i>A mi yo adolescente – Miedo</i>. El enlace es a la web de RTVE (<i>portal de España</i>),</p>
--	--	--	--

			<p>donde se encuentra el episodio número cuatro completo, titulado <i>Miedo</i>. Cuenta con 8 <i>retweets</i>, 2 <i>tweets</i> citados y 21 <i>likes</i>.</p> <p>El “copy”: <i>Ya disponible en #AlaCarta de @la2_tve el nuevo episodio de ‘A mi yo adolescente’, con el filósofo y pedagogo José Antonio Marina. Acompañado de los hashtags #AMiYoAdolescente y #AMYAMiedo. Seguido del “call to action” A mi yo adolescente – RTVE.es http://RTVE.es https://rtve.es/v/5603036 a través de @rtve.</i> De esta manera, tiene como eje el generar tráfico en su página web a través de sus <i>followers</i>. (ver figura 37)</p> <p>No cuentan con comentarios de sus <i>followers</i>.</p> <p>-En el <i>tweet</i> del 24 de junio de 2021, cuyo contenido es audiovisual con el título <i>El miedo y el silencio</i>. Tiene la duración de 6 minutos y 04 segundos con 570,1 mil reproducciones. Cuenta con 138 <i>retweets</i>, 9 <i>tweets</i> citados y 386 <i>likes</i>. Presenta el <i>link</i> en la parte superior izquierda con el objetivo de generar tráfico al canal de YouTube de <i>Aprendamos Juntos</i>, donde se visualiza la lista de reproducción, cuyo título es <i>A Mi Yo Adolescente TV</i> con todos los episodios. Además, los vídeos de corta duración, donde los jóvenes y los expertos postulan sus ideas a las preguntas sugeridas.</p> <p>El “copy”: <i>El mejor aliado del miedo es el silencio”, dice José Antonio Marina. Para superar el miedo, lo mejor es hablar. Y los jóvenes, ¿lo tenéis controlado?</i></p> <p>En el cierre del copy <i>‘A mi yo adolescente’</i>. <i>Cada sábado en La 2 de TVE (14h) y en nuestro canal de YouTube.</i> Se tiene como objetivo persuadir a sus <i>followers</i> para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digital (el canal de YouTube). Acompañado de los hashtags <i>#AMiYoAdolescente</i> y <i>#AMYAMiedo</i>. (ver figura 38)</p> <p>No cuentan con comentarios de sus <i>followers</i>.</p>
			<p>Y O El contenido audiovisual del 26 de junio de 2021 con el título <i>Versión Completa</i>.</p>

			<p>U T U B E</p> <p><i>Episodio 5. A Mi Yo Adolescente: Miedo. José Antonio Marina, filósofo.</i></p> <p>Acompañado de los <i>hashtags</i> #AMiYoAdolescente y #AMYAMiedo.</p> <p>Tiene la duración de 44 minutos y 40 segundos con 11,858 mil visualizaciones. Cuenta con 3830 <i>likes</i> y 90 <i>dislikes</i>.</p> <p>El contenido audiovisual está liderado por el filósofo y pedagogo, José Antonio Marina. Él está acompañado de un grupo de 13 jóvenes, cuyas edades son entre los 16 a 20 años. Las intervenciones de Rozalén, Benjamín Prado, Iñaki Gabilondo y José Ramón. Ellos conversan como iguales sobre el Miedo.</p> <p>En el cierre del contenido audiovisual se muestra al logo del banco BBVA con el objetivo de recordación de la marca.</p> <p>En la sección de descripción del vídeo se muestran los enlaces para los canales digitales como Facebook, Twitter y la página web. Se busca que los usuarios se conviertan en <i>followers</i>, suscriptores y generar tráfico. (ver figura 39)</p> <p>Los comentarios son 106, lo cuales son empleados por el <i>target</i> primario (los jóvenes) y por el <i>target</i> secundario (los padres de familia).</p> <p>El <i>target</i> primario (los jóvenes) postula que, se sienten identificados con los panelistas quienes a pesar de tener miedo consideran necesario arriesgarse para vivir la vida plenamente.</p> <p>El <i>target</i> secundario (los padres de familia) opina que, equivocarse es parte de la vida por lo tanto invitan a los jóvenes a equivocarse porque todo pasa y la vida debe seguir.</p> <p>La cuenta oficial de <i>Aprendemos Juntos</i> del BBVA, no responde a los comentarios realizados por sus <i>followers</i>.</p> <p>En conclusión, el debate que se genera entre sus suscriptores es que se considera el miedo parte de la vida, pero no un factor que impida vivirla.</p> <p>B L</p> <p>El blog está creado por el BBVA en colaboración con el diario <i>El País</i>, cuenta</p>
--	--	--	--

			<p>O G</p> <p>con el contenido audiovisual del episodio número cinco completo. Tiene el título <i>Miedo</i> con la sinopsis del episodio y junto a este la foto del presentador José Antonio Marina con su biografía.</p> <p>Tiene los íconos para compartir al costado izquierdo del contenido audiovisual de sus canales digitales como Facebook y Twitter. Además de LinkedIn, correo, podcast y enlace. (ver figura 40)</p>
		<p>PLATAFORMAS DIGITALES</p>	<p>S P O T I F Y</p> <p>En Spotify, el episodio número cinco del 26 de junio tiene como título <i>A mi yo adolescente: Miedo. BBVA Aprendamos Juntos</i> con la duración de 47 minutos. En la descripción se observa la sinopsis. Tiene como portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa con el logo blanco con la tipografía <i>san-serif</i> del BBVA y el Podcast en la parte superior izquierda. En la parte baja tiene a <i>Aprendamos Juntos</i>.</p> <p>Cuenta con las opciones para descargar, ordenar por fecha, filtrar y sin escuchar de todos los episodios. Se puede compartir en todas las plataformas digitales, correo, mensajería, entre otros. Además, a través del icono (...) tiene la posibilidad de copiar enlace del episodio, agregar a la cola y agregar a <i>playlist</i>. (ver figura 41)</p> <p>I V O O X</p> <p>El quinto episodio titulado <i>A mi yo adolescente: Miedo</i> del 29 de junio de 2021, cuya duración es de 46 minutos y 04 segundos. Tiene como portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa con el logo blanco con la tipografía <i>san-serif</i> del BBVA y el Podcast en la parte superior izquierda. En la parte baja tiene a <i>Aprendamos Juntos</i>. Cuenta con las etiquetas de la categoría a la que pertenece de mente y psicología.</p> <p>Cuenta con 17 <i>likes</i>, 0 <i>comments</i> y 1496 <i>reproducciones</i>. Tiene los íconos de descargar, compartir, me gusta y denunciar contenido. Ellos ubicados abajo del reproductor.</p> <p>Seguidamente en la parte baja, se encuentra la descripción del episodio cuatro: <i>El miedo es una emoción que surgió para salvarnos</i></p>

			<p><i>de los peligros, pero que en muchos casos se convierte en el peligro mismo. En este episodio, el filósofo y pedagogo José Antonio Marina nos ayudará a entender mejor cuáles son los principales miedos en la adolescencia. Con las intervenciones de Rozalén, Benjamín Prado, Iñaki Gabilondo, José Ramón Gamo, así como algunos padres de adolescentes.</i></p> <p>Tiene los <i>hashtags</i> de miedo, sentimientos, aprendemos juntos y a mi yo adolescente. (ver figura 42)</p> <p>G O O G L E P O D C A S T</p> <p>El quinto episodio titulado <i>A mi yo adolescente: Miedo</i> del 25 de junio de 2021, cuya duración es de 46 minutos. Por otro lado, no cuenta con la portada como en las otras plataformas digitales.</p> <p>Tiene los íconos para reproducir episodio y marcar como reproducido.</p> <p>Seguidamente en la parte baja, se encuentra la descripción del episodio cinco: <i>El miedo es una emoción que surgió para salvarnos de los peligros, pero que en muchos casos se convierte en el peligro mismo.</i></p> <p><i>En este episodio, el filósofo y pedagogo José Antonio Marina nos ayudará a entender mejor cuáles son los principales miedos en la adolescencia. Con las intervenciones de Rozalén, Benjamín Prado, Iñaki Gabilondo, José Ramón Gamo, así como algunos padres de adolescentes.</i> (ver figura 43)</p> <p>A P P L E P O D C A S T</p> <p>El quinto episodio titulado <i>A mi yo adolescente: Miedo</i>, BBVA Aprendamos Juntos de junio de 2021, cuya duración es de 46 minutos. Tiene en su portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa con el logo blanco con la tipografía <i>san-serif</i> del BBVA y el Podcast en la parte superior izquierda. En la parte baja tiene a <i>Aprendemos Juntos</i>. Cuenta con la etiqueta de la categoría a la que pertenece de arte.</p> <p>Tiene los íconos para compartir en Facebook, Twitter y mediante el <i>link</i> de enlace.</p>
--	--	--	--



			<p>Seguidamente en la parte baja, se encuentra la descripción del episodio cinco: <i>El miedo es una emoción que surgió para salvarnos de los peligros, pero que en muchos casos se convierte en el peligro mismo. En este episodio, el filósofo y pedagogo José Antonio Marina nos ayudará a entender mejor cuáles son los principales miedos en la adolescencia. Con las intervenciones de Rozalén, Benjamín Prado, Iñaki Gabilondo, José Ramón Gamo, así como algunos padres de adolescentes.</i></p> <p>Finalmente, abajo del reproductor tiene tres <i>links</i> hacia el sitio web del episodio, más episodios y https://www.bbva.com/es/especiales/bbva-podcast/ . Tiene como objetivo de generar tráfico al sitio web del episodio, escuchar los otros episodios e ir al blog del podcast del BBVA. (ver figura 44)</p>
--	--	--	--

Elaboración propia.



Figura 24: Post de Facebook del episodio número cinco, titulado "Miedo". Fecha 24 de junio de 2021.

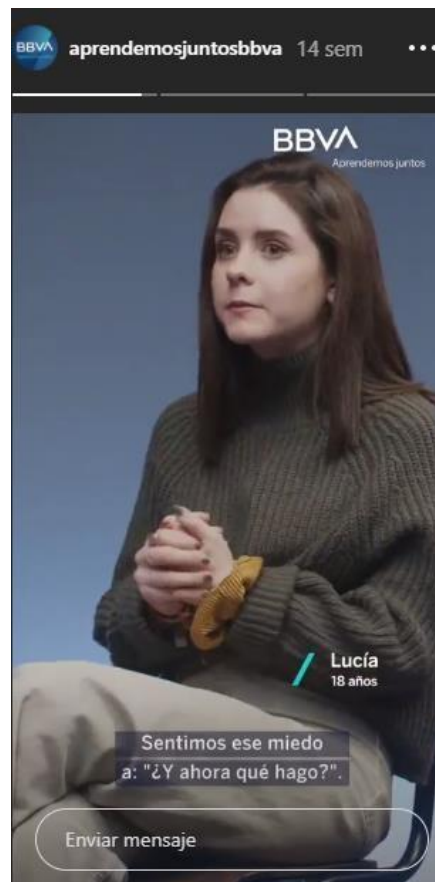


Figura 25: Primer highlight de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 24 de junio de 2021.



Figura 26: Segundo highlight de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 24 de junio de 2021.



Figura 27: Tercer highlight de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 24 de junio de 2021.



Figura 28: Primer post de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 22 de junio de 2021.



Figura 29: Segundo post de Instagram del episodio número cinco, titulado "Miedo". Fecha 22 de junio de 2021.



Figura 30: Tercer post de Instagram del episodio número cinco, titulado "Miedo". Fecha 23 de junio de 2021.



Figura 31: Cuarto post de Instagram del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 25 de junio de 2021.



Figura 32: Primer tweet de Twitter, el tráiler del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 19 de junio de 2021.



Figura 33: Segundo tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 25 de junio de 2021.



Figura 34: Tercer tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021.



Figura 35: Cuarto tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado "Miedo". Fecha 20 de junio de 2021.



Figura 36: Quinto tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021.



Figura 37: Sexto tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021.



Figura 38: Séptimo tweet de Twitter del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 20 de junio de 2021.



Figura 39: Producto audiovisual en YouTube del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021.

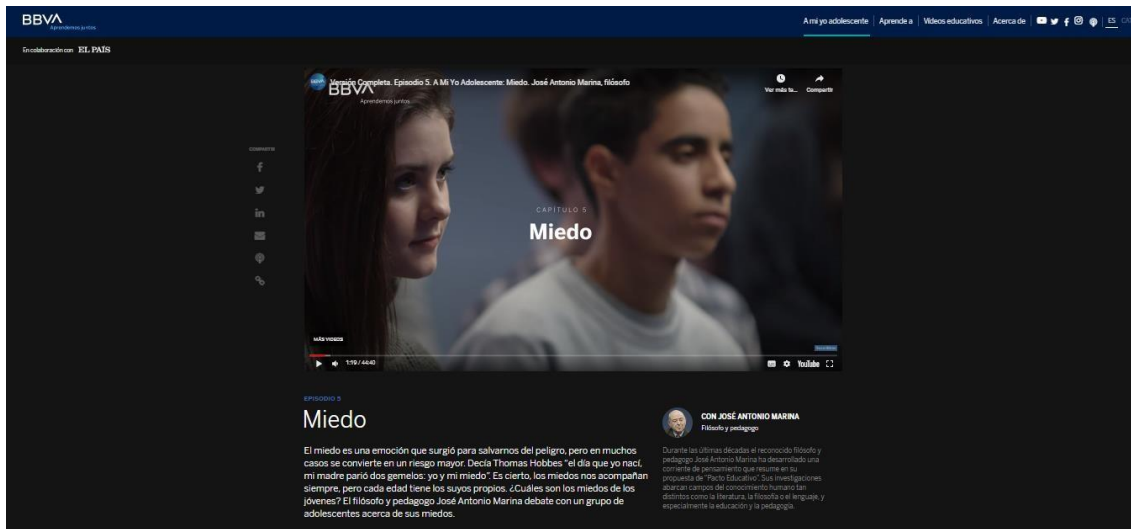


Figura 40: Blog del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021.



Figura 41: Perfil de Spotify del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021.

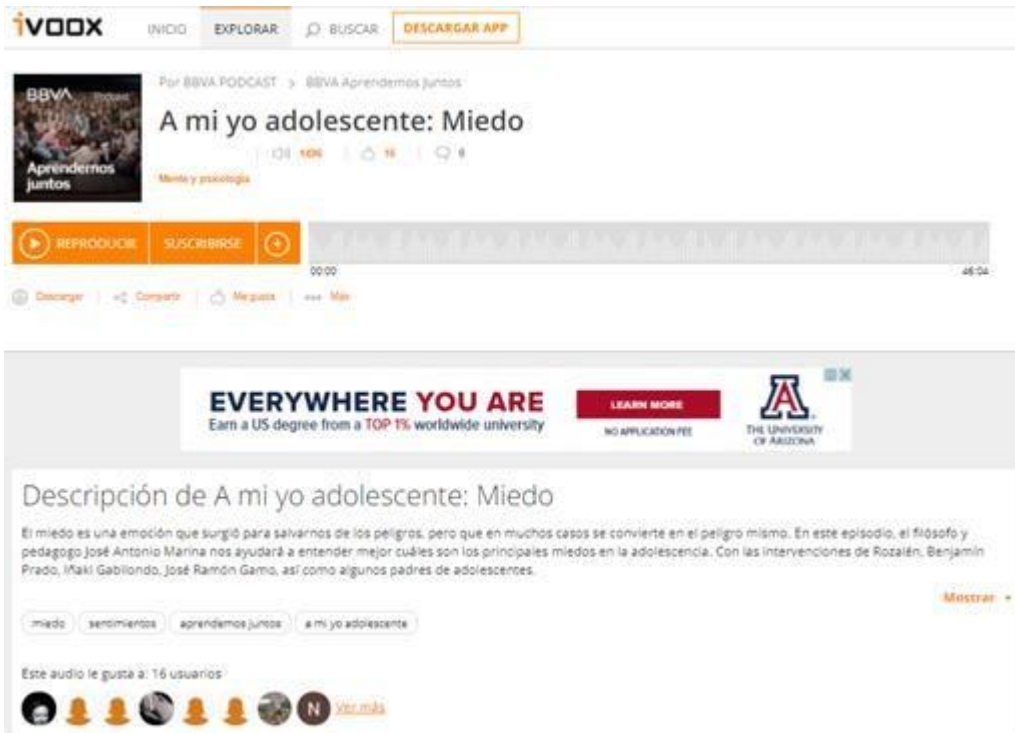


Figura 42: Perfil de iVoox del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 29 de junio de 2021.

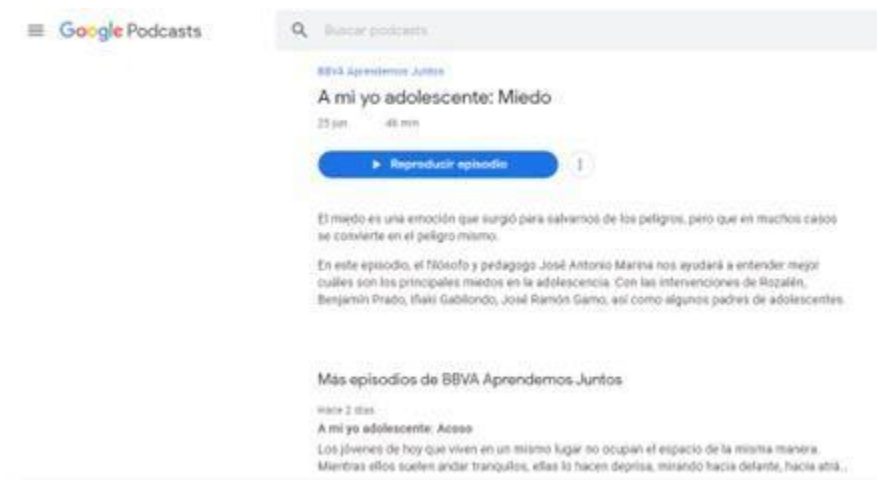


Figura 43: Perfil de Google Podcasts del BBVA en colaboración con El País del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 25 de junio de 2021.

Vista previa de **Apple Podcasts**



BBVA Podcast

A mi yo adolescente: Miedo
BBVA Aprendamos Juntos

Arte

[Escuchar en Apple Podcasts ↗](#)

El miedo es una emoción que surgió para salvarnos de los peligros, pero que en muchos casos se convierte en el peligro mismo.

En este episodio, el filósofo y pedagogo José Antonio Marina nos ayudará a entender mejor cuáles son los principales miedos en la adolescencia. Con las intervenciones de Rozalén, Benjamín Prado, Iñaki Gabilondo, José Ramón Gamero, así como algunos padres de adolescentes.

Sitio web del episodio ↗

Más episodios

<https://www.bbva.com/es/especiales/bbva-podcast/>

Figura 44: Perfil de Apple Podcasts del BBVA en colaboración con *El País* del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 25 de junio de 2021.

Tabla 6:

Ficha de observación del episodio número cinco, titulado “Miedo”. Fecha 26 de junio de 2021.

	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ANÁLISIS
V A R I A B L E P O D C A S T	SEGMENTACIÓN	TARGET PRIMARIO	<p>El <i>target</i> primario son los jóvenes, hombres y mujeres entre 16 a 20 años del nivel socioeconómico A y B. Ellos son estudiantes universitarios y de colegio. Tienen como <i>hobbies</i> pasar tiempo con sus amigos y salir a divertirse realizando actividades nuevas que los hagan salir de su zona de confort. Sienten rechazo hacia el futuro. Anhelan conocer que hay más allá del miedo.</p> <p>El <i>target</i> primario aporta a la segmentación porque denota importancia al episodio número cinco, titulado <i>Miedo</i>, debido al interés que se genera.</p>
		TARGET SECUNDARIO	<p>El <i>target</i> secundario son los adultos, hombres y mujeres de 40 a 55 años del nivel socioeconómico A y B. Ellos son padres y madres de familia de los adolescentes y los jóvenes. Tienen como <i>hobbies</i> pasar tiempo en familia como reuniones familiares los fines de semana. Anhelan tener la capacidad de poder entender a los hijos adolescentes y los jóvenes, a través de la comunicación asertiva.</p> <p>Se cuestionan la crianza que le dieron sus padres en el pasado, por lo cual están dispuestos a aprender las herramientas necesarias para sobrellevar el miedo a las cosas aún latente en su etapa adulta. Tienen como fin el ser consejeros de sus hijos, mediante las herramientas dadas por los expertos y el presentador.</p> <p>El <i>target</i> secundario aporta a la segmentación porque demuestra que existen este tipo de consumidores que, lo encuentran relevante el episodio número cinco, titulado <i>Miedo</i>, para sus vidas y la mejora de ella.</p>
		TEMÁTICA DEL EPISODIO	<p>El rol que cumple la temática del episodio es conocer de primera mano cuáles son los miedos de los jóvenes a través del</p>



			<p>debate, cuyas edades son entre los 16 y 20 años del nivel socioeconómico A y B. La temática del episodio aporta a la segmentación debió a que tiene como objetivo lograr iniciar la conversación sobre el episodio número cinco, titulado <i>Miedo</i>, puesto que da pie a que los jóvenes desarrollen una postura crítica a través de la reflexión.</p> <p>El tema <i>Miedo</i> se ha abordado mediante la narrativa híbrida, es decir se inicia el episodio número cuatro con el monólogo del ponente José Antonio Marina, quien es filósofo. Seguido del diálogo con el panel de discusión con los jóvenes, los expertos invitados y los padres de familia. El diálogo del tema se desarrolla a base de preguntas. Finalmente, como cierre se tiene la postura final por parte de los jóvenes sobre el tema <i>Miedo</i> y el agradecimiento del ponente José Antonio Marina, quién es filósofo.</p>
--	--	--	---

Elaboración propia.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

En los resultados se obtuvo los siguientes hallazgos, la cuenta oficial de la entidad bancaria BBVA mediante el *Community Manager*, no responde en ninguno de sus canales digitales de Facebook, Instagram, Twitter y YouTube porque ya se tiene el *engagement* de los *followers*. La cuenta de Twitter es la que posee mayor difusión de los episodios del podcast con el objetivo de persuadir a los *followers* para que vean el episodio por dos medios, el tradicional (la televisión) y el digital (el canal de YouTube). En todos los contenidos audiovisuales se muestra en el cierre al logo del banco BBVA, con el objetivo de recordación de la marca. En todas las plataformas digitales de Spotify, Apple podcast, Google Podcasts e iVoox se incluye en la descripción la sinopsis del episodio. Asimismo, tienen en la portada al equipo de profesionales que lideran la iniciativa con el logo blanco con tipografía *san-serif* del BBVA y el Podcast en la parte superior izquierda. A excepción de la plataforma digital iVoox. La temática de los episodios *Libertad y Miedo* se planteó a través la narrativa híbrida, es decir se inicia el episodio con el monólogo del ponente. Seguido del diálogo con el panel de discusión con los jóvenes, los expertos invitados y los padres de familia. El diálogo del tema se desarrolla a base de preguntas. Finalmente, como cierre se tiene la postura final por parte de los panelistas y el agradecimiento del ponente.

La pandemia de Covid-19 sin duda es gran motivo para denominarla limitación dentro de la presente investigación, debido a que genera el impedimento de salir de casa con el fin de realizar el trabajo de campo.

El podcast del *BBVA Aprendamos Juntos: a mi yo adolescente* ha implicado la elección de moderadores, panelistas así como la investigación teórica, la creación, la difusión de

contenido en redes y administración de cuentas en Facebook, Instagram, Twitter y YouTube con el objetivo de desarrollar las estrategias de comunicación adecuadas enfocadas en el éxito de él, lo que coincide con lo postulado de Centeno y Falcon (2019), en su investigación de la tesis de pregrado titulada *Pisando Tierra Podcast* de la Universidad de Lima. Es decir, el presente trabajo de investigación ha podido comprobar que las estrategias de comunicación son de vital importancia para lograr que el podcast sea reconocido.

El podcast del *BBVA Aprendemos Juntos: a mi yo adolescente* presentó como segmentación en el *target* primario a los jóvenes, quienes se mostraron abiertos a la construcción de conocimiento, desarrollando competencias informacionales, lo que coincide con lo planteado por Trujillo (2014), en el estudio sobre *Comunicación, innovación, educación y gestión del conocimiento en torno al uso del podcast en la educación superior*. Como resultado, se ha podido corroborar en el presente trabajo que, al emplear el podcast teniendo una gestión eficaz mediante la temática del episodio enfocada en el *target* primario (los jóvenes) se logra conectar de manera cercana y entretenida.

El podcast del *BBVA Aprendemos Juntos: a mi yo adolescente* expuso que, la comunicación digital tiene como características la inmediatez, interactividad, velocidad, globalización, alta penetración y globalización, todo esto enfocado en las audiencias o los llamados *target* con el fin comercial de la industria en el mercado puesto que, existe la oferta y a la demanda, lo que concuerda con lo expuesto por Arango-Forero (2013), en el estudio sobre *Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo*. En efecto se ha podido constatar que, el *target* primario y el *target* secundario del podcast cumplen con los fines comerciales de la entidad financiera BBVA. Asimismo, ellos lo encuentran grato al cubrir sus expectativas educativas.

El podcast del *BBVA Aprendemos Juntos: a mi yo adolescente* presentó que, debido a las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) se han desarrollado transformaciones sobre todo en la comunicación interpersonal y la comunicación de masas, en el ámbito educativo del siglo XXI en la llamada Sociedad de la Información lo que coincide con lo expuesto por Sigüenza, Montánchez y Palta (2018), en su estudio sobre *La tutoría académica y la herramienta web 2.0: podcast, en la educación superior*. Es decir, se ha podido comprobar en el presente trabajo que, el podcast es una herramienta que puede ser usada enfocada en el tema de educación, debido al interés que genera, así como a la accesibilidad que brinda los avances tecnológicos.

El podcast del *BBVA Aprendemos Juntos: a mi yo adolescente* ha implicado el uso de la innovación de vital ayuda en el proceso de enseñanza y aprendizaje sobre el tema educativo de los episodios número cuatro cuyo título es *Libertad* y el episodio número cinco cuyo título es *Miedo*, lo que concuerda con lo postulado por Martín (2014), en su investigación de su tesis titulada *El podcasting en la enseñanza de las lenguas extranjeras* de la Universidad Nacional de Educación a Distancia.

Como resultado, es de interés para el *target* primario (los jóvenes), quienes se presentan abiertos a la innovación en el aprendizaje a través del podcast de la entidad financiera BBVA.

El podcast del *BBVA Aprendemos Juntos: a mi yo adolescente* ha presentado la difusión a través de las principales plataformas de audio como Spotify, Apple podcast, Google Podcasts e iVoox lo que permitió la búsqueda, escucha y descarga, mediante la web y por medio de dispositivos móviles, brindando acceso ilimitado vía internet móvil, doméstico y el institucional, repitiéndose la experiencia con Quintana, Parra y Riaño (2017), en el estudio sobre *El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios*. De esta manera se comprueba que, al aplicar la difusión

Alejandra Patricia Alvarez Vasquez

del podcast en las principales plataformas se tiene como resultado que, el *target* primario (los jóvenes) lo puedan volver parte de su rutina diaria debido a las ventajas del dinamismo, libre acceso y elección.

En la unidad de análisis de la presente investigación que consiste en el podcast del *BBVA Aprendamos Juntos: a mi yo adolescente* se observa los alcances de la teoría de usos y gratificaciones debido a que, las necesidades cognitivas del *target* primario (los jóvenes) fue de informarse de una forma entretenida sobre su entorno, lo que logra la satisfacción de la curiosidad y autoaprendizaje. Por lo tanto, la teoría de usos y gratificaciones concuerda con la unidad de análisis en mención.

Se recomienda a las empresas el uso del podcast con el objetivo de lograr que su imagen corporativa se consolide en el *top of mind* de sus consumidores. A los profesionales de las comunicaciones como medio importante dentro de sus estrategias de comunicación en el ámbito laboral. A los estudiantes de comunicaciones como herramienta digital que le brinda oportunidad de crecimiento educativo al contar con especialistas de todo ámbito. Finalmente, a otros investigadores el profundizar los diferentes usos del podcast como pieza clave para el desarrollo de la educación.

4.2 Conclusiones

- Como medio de comunicación digital el podcast *BBVA Aprendemos Juntos: proyecto a mi yo adolescente* se ha empleado como una herramienta para la estrategia de comunicación de la entidad bancaria BBVA, puesto que genera la imagen corporativa adecuada entre sus clientes, al tener como fin la mejoría de su salud mental a través del empleo de especialistas en temas relevantes para todas las generaciones. De esta manera, el posicionamiento también se desarrolla en el *target* principal (los jóvenes) quienes en el futuro se convertirán en clientes potenciales. Por otro lado, cabe mencionar que existen cuatro capítulos más, cuyos títulos son *Acoso, Felicidad, Empatía y Preguntas*, del podcast del *BBVA Aprendemos Juntos: a mi yo adolescente*, lo que significa la aceptación del *target* primario (los jóvenes) y del *target* secundario (los padres de familia).

-El contenido de los expertos del podcast *BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital se identificó que está desarrollado de la mano de profesionales en áreas como psicología, educación, derecho, periodismo y filosofía. Ellos se encargan de comunicar sobre los temas cumpliendo el rol de ponentes en los episodios. Los panelistas del podcast *BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* se han identificado que son trece adolescentes y jóvenes españoles con edades entre 16 a 20 años. Ellos tienen habilidades comunicativas en los dos contenidos audiovisuales, puesto que son locuaces y logran debatir de manera asertiva entre sus pares y los expertos. De igual manera, los padres de familia son los panelistas quienes se han identificado con el rol de exponer sus experiencias basadas en sus memorias con el fin de empatizar con los adolescentes y jóvenes.

Las menciones del podcast *BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* se han identificado que son pieza clave de la publicidad al cumplir la función de notoriedad con el fin de recordación de las marcas en su *target* primario (los jóvenes)

y *target* secundario (los padres de familia). Así como para la identidad de la entidad financiera BBVA.

-La difusión en los canales digitales de Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y blog del podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital es efectiva debido a que, se empleó *hashtags* como #AMiYoAdolescente, #Libertad y #Miedo. Se logró generar interacción entre sus *followers* en mayor cantidad en la red social Instagram. Debido al *copy* que se presenta de forma interrogativa, surgió el debate de su *target* primario (los jóvenes) y su *target* secundario (los padres de familia). En el *fan page* de Facebook se difundió a través del contenido audiovisual, puesto que se buscó generar tráfico en el canal de YouTube y que empleen el medio tradicional (la televisión). En la cuenta de Instagram la difusión fue a través de tres *highlights* con el objetivo de promocionar los episodios a sus *followers*. También, se usaron tres *posts* de contenido audiovisual de corta duración con el fin de persuadir a sus *followers* para que visualicen el contenido audiovisual completo en su canal de YouTube. En la cuenta de Twitter, la difusión fue mediante siete *tweets*, donde se presentó los *trailers* de los episodios, *links* de enlace para generar tráfico en el canal de YouTube y *post* del episodio de tono informativo. En el canal de YouTube se difundió mediante la llamada *caja de descripción* con los enlaces a los canales digitales. En el blog la difusión fue a través de los íconos de los canales digitales, LinkedIn, correo, podcast y enlace.

La difusión en las plataformas digitales de Spotify, Apple podcast, Google Podcasts e iVoox es de libre acceso y elección.

-La segmentación del *target* primario de los episodios número cuatro titulados *Libertad* y número cinco titulados *Miedo* del podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto*



educativo a mi yo adolescente como medio de comunicación digital está enfocada en los jóvenes quienes en el futuro serán los clientes potenciales de la marca.

La segmentación del *target* secundario del episodio número cuatro titulados *Libertad* y número cinco titulados *Miedo* del podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital está enfocada en los padres de familia quienes son los clientes en la actualidad de la entidad financiera logrando la fidelización.

La segmentación de la temática del episodio número cuatro *Libertad* y número cinco *Miedo* del podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital tiene como objetivo lograr el debate entre el *target* primario (los jóvenes) y el *target* secundario (los padres de familia) con el fin de motivar el pensamiento crítico de una manera asertiva.

REFERENCIAS

Arango-Forero, G. (2013). Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo. *Palabra-Clave*, 16(3), 673-697. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64930924002>

BBVA España. (2020). “*Aprendemos juntos*” de BBVA da voz a los jóvenes a través de un programa de televisión en España. Obtenido de BBVA España: <https://www.bbva.com/es/es/aprendemos-juntos-de-bbva-da-voz-a-los-jovenes-a-traves-de-un-nuevo-programa-de-televisión-en-espana/>

BBVA España. (2020). *A mi yo adolescente: Libertad*. Obtenido de BBVA ESPAÑA BLOG: <https://www.bbva.com/es/podcast-a-mi-yo-adolescente-libertad/>

Borja, S. (2018). *El Uso del Podcast en el Desarrollo de las Competencias Comunicativas Orales de Inglés como Lengua Extranjera en Adultos Universitarios (Tesis de máster)*. Universidad Casa Grande de Guayaquil, Ecuador.

Calle, G. y Ocampo, D. (2019). Algunas posibilidades de incorporación de la web 2.0 en la educación. *Revista Humanismo y Sociedad*, 7(1), 69-84. Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7083544>

Centeno, M. y Falcon, M. (2019). *Pisando Tierra Podcast* (Tesis de pregrado). Universidad de Lima, Lima.

Chávez, I. (2014). *Radio Universitaria y Podcasting Análisis de los modelos de podcasting utilizados en Internet por emisoras universitarias de España y México* (Tesis de máster). Universidad Internacional de Andalucía, Andalucía.

Cóndor, J. (21 de mayo de 2019). *Perú: 20% de usuarios de audio digital ya escucha podcast* Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/tendencias/20-usuarios-audio-digital-peru-escucha-podcast-267545-noticia/>

El programa de la Publicidad de Jesús Díaz. (2020). *“Aprendemos juntos” de BBVA da voz a los jóvenes a través de un nuevo programa de televisión en España.*

Obtenido de El programa de la Publicidad de Jesús Díaz:
<https://www.programapublicidad.com/bbva-emite-en-tve-nuevo-programaa-mi-yo-adolescente/>

Escobar, P. (2020). Investigación y educación superior. En P. Escobar, *Investigación y educación superior*. Washington, EE.UU.

Espinosa, M. (3 de diciembre de 2019). *Los ‘podcasts’ de noticias crecen un 32% con respecto a 2018* Obtenido de El País:
https://elpais.com/elpais/2019/12/03/dias_de_vino_y_podcasts/1575369830_837197.html

Galeano, M. (2020). Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. En M. Galeano, *Diseño de proyectos en la investigación cualitativa*. Medellín, Colombia.

Gálvez, M. (2019). *Análisis del podcast Serial como principal exponente del podcasting narrativo* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.

Guix, J. (2008). El análisis de contenido: ¿qué nos están diciendo?. *Revista Calidad Asistencial*, 23(1), 26-30. doi: 10.1016/S1134-282X(08)70464-0

Interactive Advertising Bureau Perú. (2020). *¿Qué son los podcast y por qué son beneficiosos para las empresas?*. Obtenido de Interactive Advertising Bureau Perú:
<https://iabperu.com/2020/02/24/que-son-los-podcast-y-por-que-son-beneficiosos-para-las-empresas/>

Izuzquiza, F. (2019). El Gran Cuaderno de Podcasting: Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast. En F. Izuzquiza, *El Gran Cuaderno de Podcasting: Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast*. Madrid, España.

Liberos, E. (2013). El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital. En E. Liberos, *El libro del Marketing Interactivo y la Publicidad Digital*. Madrid, España.

Lucumi, P. y González, C. (2015). El ambiente digital en la comunicación, la actitud y las estrategias pedagógicas utilizadas por docentes. *TED*, (37), 109-129. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ted/n37/n37a07.pdf>

Maldonado, J. (2018). Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario. En J. Maldonado, *Metodología de la investigación social: Paradigmas: cuantitativo, sociocrítico, cualitativo, complementario*. Bogotá, Colombia.

Martín, G. (2014). *El podcasting en la enseñanza de las lenguas extranjeras* (Tesis de doctorado). Universidad Nacional de Educación a Distancia, España.

Moreno, L. (2017). PODIUM PODCAST, CUANDO EL PODCASTING TIENE ACENTO ESPAÑOL. *Prisma Social*, 18, 334-364. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/3537/353751820012.pdf>

Novas, B y Paéz, T. (2017). Marketing Digital En Su Clínica Estética. En B. Novas, y T. Paéz, *Marketing Digital En Su Clínica Estética*. Bloomington, Estados Unidos.

Niño. V. (2019). Metodología de la investigación: Diseño, ejecución e informe. En V. Niño, *Metodología de la investigación: Diseño, ejecución e informe*. Bogotá, Colombia.

Olivero, S. (2022). Artes y humanidades en el centro de los conocimientos. Miradas sobre el patrimonio, la cultura, la historia, la antropología y la demografía. En S. Olivero, *Artes y humanidades en el centro de los conocimientos. Miradas sobre el patrimonio, la cultura, la historia, la antropología y la demografía*. Madrid, España.

Orrantía, A. (2020). Diez claves para contar buenas historias en podcast: O como producir contenidos en un entorno digital cambiante. En A. Orrantía, *Diez claves para contar buenas historias en podcast: O como producir contenidos en un entorno digital cambiante*. Barcelona, España.

Otero, E. (2004). Teorías de la comunicación. En E. Otero, *Teorías de la comunicación*. Santiago, Chile.

Pascual, I. (2015). Diagnóstico pedagógico: Conceptos básicos y aplicaciones en el aula infantil. En I. Pascual, *Diagnóstico pedagógico: Conceptos básicos y aplicaciones en el aula infantil*. Barcelona, España.

Pedrero, L., Pérez-Maillo, A. y Sánchez, Ch. (2019). Experiencias, retos y propuestas para crear una cultura sonora en los jóvenes digitales. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”, 12(2), Recuperado: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7003817>

Quintana, B., Parra, C. y Riaño, J. (2017). El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios. *Anagramas*, 15(30), 81-100. doi: 10.22395/angr.v15n30a4

Ramos, J. (2019). Marketing con podcasts: Aprende a producir podcasts profesionales y a utilizarlos como herramienta de promoción. En J. Ramos, *Marketing*

con podcasts: Aprende a producir podcasts profesionales y a utilizarlos como herramienta de promoción. México.

Riaño, F. (2018). *Todo Sobre Podcast: No es más radio, es mejor.* En F. Riaño, *Todo Sobre Podcast: No es más radio, es mejor.* Bogotá, Colombia.

Sánchez, H. (2022). La digitalización en el periodismo: Transformación, retos y oportunidades. En H. Sánchez, *La digitalización en el periodismo: Transformación, retos y oportunidades.* Barcelona, España.

Sangri, A. (2014). Introducción a la mercadotecnia. En A. Sangri, *Introducción a la mercadotecnia.* México D.F., México.

Sigüenza, J., Montánchez, M. y Palta, N. (2018). La tutoría académica y la herramienta web 2.0: podcast, en la educación superior. *Killkana Sociales*, 2(2), 39-46. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6538368>

Guix, J. (2008). El análisis de contenido: ¿qué nos están diciendo?. *Revista Calidad Asistencial*, 23(1), 26-30. doi: 10.1016/S1134-282X(08)70464-0

Tenorio, I. (2018). *Podcast: manual del podcaster.* En I. Tenorio, *Podcast: manual del podcaster.* Barcelona, España.

Vilcapoma, Y. (2018). *Análisis comparativo del uso de elementos del lenguaje radiofónico y de la construcción del montaje radiofónico en informes elaborados por Convoca Radio y RPP (febrero 2017 a abril 2018)* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima. En esta tesis de pregrado

Wilson, A. (2019). *Dominando el Podcasting: Cómo iniciar, hacer crecer y monetizar tu podcast.* En A. Wilson, *Dominando el Podcasting: Cómo iniciar, hacer crecer y monetizar tu podcast.* Tennessee, Estados Unidos.

ANEXOS

ANEXO N°1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

“Análisis del podcast *BBVA Aprendamos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente* como medio de comunicación digital.”

<u>Variable</u>	<u>Categorías</u>	<u>Subcategorías</u>
Podcast	Contenido	Expertos
		Panelistas
		Menciones
	Difusión	Canales digitales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y blog
		Plataformas digitales: Spotify, Apple podcast, Google Podcasts e iVoox
	Segmentación	Target primario
		Target secundario
		Temática del episodio

ANEXO N°2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	CATEGORÍAS Y SUBCATEGORÍAS	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿De qué manera se emplea el podcast <i>BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente</i> como medio de comunicación digital?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>- ¿En qué consiste la participación de los expertos, los panelistas y las menciones del podcast del <i>BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente</i> como medio de comunicación digital?</p> <p>- ¿En qué consiste el análisis de la difusión en los canales digitales, blog y en las plataformas digitales del podcast del <i>BBVA</i></p>	<p>Objetivo General</p> <p>Analizar de qué manera se emplea el podcast <i>BBVA Aprendemos Juntos: proyecto a mi yo adolescente</i> como medio de comunicación digital.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>-Describir la participación de los expertos, los panelistas y las menciones del podcast <i>BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente</i> como medio de comunicación digital.</p> <p>-Analizar la difusión en los canales digitales, blog y en las plataformas digitales del podcast <i>BBVA Aprendemos</i></p>	<p>Variable Independiente</p> <p>El podcast</p>	<p>Categoría 1</p> <p>Contenido</p> <p>Subcategoría 1</p> <p>Expertos</p> <p>Panelistas</p> <p>Menciones</p> <p>Categoría 2</p> <p>Difusión</p> <p>Subcategoría 2</p> <p>Canales digitales: Facebook, Instagram, Twitter, YouTube y blog</p> <p>Plataformas digitales: Spotify, Apple podcast, Google Podcast e iVox</p> <p>Categoría 3</p> <p>Segmentación</p> <p>Subcategoría 3</p> <p>Target primario</p> <p>Target secundario</p> <p>Temática del episodio</p>	<p>Tipo de investigación</p> <p>DESCRIPTIVA</p> <p>Diseño de Investigación</p> <p>FENOMENOLÓGICO</p> <p>Método</p> <p>Enfoque cualitativo-Análisis</p> <p>Técnica</p> <p>Análisis de contenido</p> <p>Instrumento</p> <p>✓ Ficha de observación.</p> <p>Muestra</p> <p>Se examinará la muestra de los episodios número cuatro cuyo título es <i>Libertad</i> y número cinco con el título <i>Miedo</i>. Los dos episodios tienen una duración de cuarenta y siete minutos. El episodio número cuatro ahonda en cómo imaginan, cómo piensan y cómo viven la libertad un grupo de jóvenes. La libertad ha formado parte de las conversaciones de los jóvenes desde siempre y</p>

<p><i>Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente</i> como medio de comunicación digital?</p> <p>- ¿En qué consiste la identificación de la segmentación del <i>target</i> primario, el <i>target</i> secundario y la calidad del mensaje de los dos episodios titulados “Libertad” y “Miedo” del podcast del <i>BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente</i> como medio de comunicación digital?</p>	<p><i>Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente</i> como medio de comunicación digital.</p> <p>-Identificar la segmentación del <i>target</i> primario, el <i>target</i> secundario y la calidad del mensaje de los dos episodios titulados “Libertad” y “Miedo” del podcast <i>BBVA Aprendemos Juntos: proyecto educativo a mi yo adolescente</i> como medio de comunicación digital.</p>			<p>el encargado de liderar el episodio es el filósofo Gregorio Luri. El episodio número cinco explica que el miedo es una emoción que surgió para salvarnos de los peligros, pero que en muchos casos se convierte en el peligro mismo. El episodio está liderado por el filósofo y pedagogo, José Antonio Marina, quien ayuda a entender mejor cuáles son los principales miedos en la adolescencia.</p> <p>Los dos episodios se escogieron debido a la importancia de los temas en el desarrollo adecuado de las personas, sobre todo en una etapa donde surgen las mayores dudas que es la adolescencia.</p>
---	---	--	--	---



ANEXO N°3. INSTRUMENTO POR CATEGORÍA

	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ANÁLISIS
VARIABLE PODCAST	CONTENIDO	EXPERTOS	
		PANELISTAS	
		MENCIONES	

V A R I A B L E P O D C A S T	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ÍTEMS	ANÁLISIS
	DIFUSIÓN	CANALES DIGITALES	FACEBOOK	
			TWITTER	
			YOUTUBE	
			INSTAGRAM	
			BLOG	
		PLATAFORMAS DIGITALES	SPOTIFY	
			IVOOX	
			GOOGLE PODCAST	
			APPLE PODCAST	



	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS	ANÁLISIS
VARIABLE PODCAST	SEGMENTACIÓN	<i>TARGET</i> PRIMARIO	
		<i>TARGET</i> SECUNDARIO	
		TEMÁTICA DEL EPISODIO	

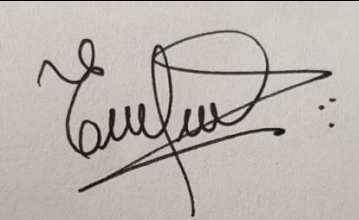
**ANEXO N°4 FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL PRIMER
EXPERTO**

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: EL PODCADST

Estimado(a) experto(a): Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a analizar el podcast. En ese sentido, solicito pueda evaluar los siguientes ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

I. Datos Generales:

Nombres y Apellidos completos:	Estefany Yamil Morales Blanco		
Sexo:	Femenino	Masculino	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	10 años		
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor
Área de formación académica	Periodismo y Comunicación Multimedia. Marketing.		
Áreas de experiencia profesional	Periodismo, Comunicación audiovisual, Marketing.		
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 a más
Firma del experto			

II. Breve explicación del constructo

Se entiende por el podcast a un archivo de audio que se graba y se publica de forma periódica con el objetivo de transmitir una serie de informaciones o conocimientos sobre un tema en concreto.

III. Criterios de Calificación

Alejandra Patricia Alvarez Vasquez

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar el podcast se determinará con una calificación que varía de 0 a 3: El ítem “Nada relevante para evaluar el podcast” (puntaje 0), “poco relevante para evaluar el podcast” (puntaje 1), “relevante para evaluar el podcast” (puntaje 2) y “completamente relevante para evaluar el podcast” (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Muy relevante</i>
0	1	2	3

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varia de 0 a 3: El ítem “No es coherente para evaluar el podcast” (puntaje 0), “poco coherente para evaluar el podcast (puntaje 1), “coherente para evaluar el podcast” (puntaje 2) y es “totalmente coherente para evaluar el podcast (puntaje 3).

<i>Nada coherente</i>	<i>Poco coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente coherente</i>
0	1	2	3

c. Claridad

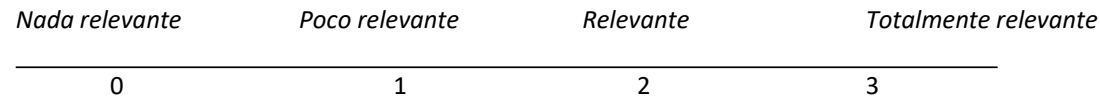
El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (0 punto), “medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3).

<i>Nada claro</i>	<i>Medianamente claro</i>	<i>Claro</i>	<i>Totalmente claro</i>
0	1	2	3

INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable Podcast	Categorías	Subcategorías	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
				0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
	Contenido	Expertos		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Panelistas		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Menciones		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

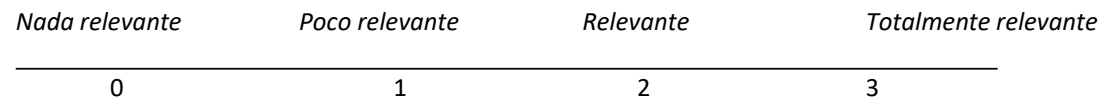
Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:



INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable	Podcast	Categorías	Subcategorías	Ítems	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
						0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Difusión	Canales digitales	Facebook		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
				Twitter		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
				YouTube		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
				Instagram		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
			Blog		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3		
			Plataformas digitales	Spotify		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
				iVoox		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
				Google Podcast		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Apple Podcast			0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3		

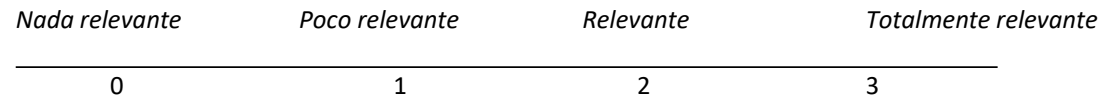
Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:



INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable Podcast	Categorías	Subcategorías	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
	Segmentación	Target Primario		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Target Secundario		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Temática del episodio		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:



ANEXO N°5 FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL SEGUNDO

EXPERTO

FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: EL PODCADST

Estimado(a) experto(a): Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a analizar el podcast. En ese sentido, solicito pueda evaluar los siguientes ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

IV. Datos Generales:

Nombres y Apellidos completos:	John Emmanuel Maldonado Navarrete		
Sexo:	Femenino	Masculino	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	12		
Grado académico:	Bachiller	Magister	Doctor
Área de formación académica	Administración de Empresas		
Áreas de experiencia profesional	Marketing, comercial y publicidad		
Tiempo de experiencia profesional en el área	2 a 4 años	5 a 10 años	10 a más
Firma del experto	<i>John Emmanuel Maldonado Navarrete</i>		

V. Breve explicación del constructo

Se entiende por el podcast a un archivo de audio que se graba y se publica de forma periódica con el objetivo de transmitir una serie de informaciones o conocimientos sobre un tema en concreto.

VI. Criterios de Calificación

d. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar el podcast se determinará con una calificación que varía de 0 a

3: El ítem “Nada relevante para evaluar el podcast” (puntaje 0), “poco relevante para evaluar el podcast” (puntaje 1), “relevante para evaluar el podcast” (puntaje 2) y “completamente relevante para evaluar el podcast” (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Muy relevante</i>
0	1	2	3

e. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varia de 0 a 3: El ítem “No es coherente para evaluar el podcast” (puntaje 0), “poco coherente para evaluar el podcast (puntaje 1), “coherente para evaluar el podcast” (puntaje 2) y es “totalmente coherente para evaluar el podcast (puntaje 3).

<i>Nada coherente</i>	<i>Poco coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente coherente</i>
0	1	2	3

f. Claridad

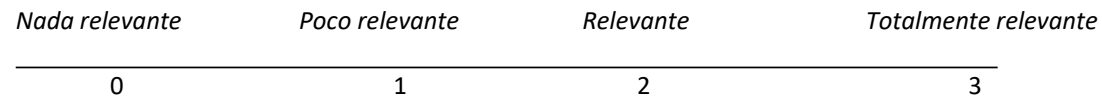
El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (0 punto), “medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3).

<i>Nada claro</i>	<i>Medianamente claro</i>	<i>Claro</i>	<i>Totalmente claro</i>
0	1	2	3

INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable	Categorías	Subcategorías	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad			Sugerencias	
	Podcast	Contenido	Expertos		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3
	Panelistas			0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	“ ”
	Menciones			0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	“ ”

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:



INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable	Categorías	Subcategorías	Ítems	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad			Sugerencias	
					0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
Podcast	Difusión	Canales digitales	Facebook		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "
			Twitter		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "
			YouTube		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "
			Instagram		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "
		Blog		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "	
		Plataformas digitales	Spotify		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "
			iVoox		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "
			Google Podcast		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "
Apple Podcast			0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "		

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente relevante</i>
0	1	2	3

INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable	Categorías	Subcategorías	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad			Sugerencias	
	Podcast	Segmentación		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "
				<i>Target Primario</i>												
				<i>Target Secundario</i>												
<i>Temática del episodio</i>				0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	" "

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente relevante</i>
0	1	2	3


ANEXO N°6 FORMATO DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL TERCER EXPERTO

I. FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO: EL PODCADST

Estimado(a) experto(a): Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estoy realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a analizar el podcast. En ese sentido, solicito pueda evaluar los siguientes ítems en tres criterios: Relevancia, coherencia y claridad. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

II. Datos Generales:

Nombres y Apellidos completos:	María Elba Cerna Moyano		
Sexo:	<input checked="" type="checkbox"/> Femenino	<input type="checkbox"/> Masculino	
Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)	6 años		
Grado académico:	<input type="checkbox"/> Bachiller	<input checked="" type="checkbox"/> Magister	<input type="checkbox"/> Doctor
Área de formación académica	Ciencias de la Comunicación		
Áreas de experiencia profesional	Relaciones Públicas		
Tiempo de experiencia profesional en el área	<input type="checkbox"/> 2 a 4 años	<input checked="" type="checkbox"/> 5 a 10 años	<input type="checkbox"/> 10 a más
Firma del experto			

III. Breve explicación del constructo

Se entiende por el podcast a un archivo de audio que se graba y se publica de forma periódica con el objetivo de transmitir una serie de informaciones o conocimientos sobre un tema en concreto.

IV. Criterios de Calificación

a. Relevancia

El grado en que el ítem es esencial o importante y por tanto debe ser incluido para evaluar el podcast se determinará con una calificación que varía de 0 a

3: El ítem “Nada relevante para evaluar el podcast” (puntaje 0), “poco relevante para evaluar el podcast” (puntaje 1), “relevante para evaluar el podcast” (puntaje 2) y “completamente relevante para evaluar el podcast” (puntaje 3).

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Muy relevante</i>
0	1	2	3

b. Coherencia

El grado en que el ítem guarda relación con la dimensión que está midiendo. Su calificación varía de 0 a 3: El ítem “No es coherente para evaluar el podcast” (puntaje 0), “poco coherente para evaluar el podcast (puntaje 1), “coherente para evaluar el podcast” (puntaje 2) y es “totalmente coherente para evaluar el podcast (puntaje 3).

<i>Nada coherente</i>	<i>Poco coherente</i>	<i>Coherente</i>	<i>Totalmente coherente</i>
0	1	2	3

c. Claridad

El grado en que el ítem es entendible, claro y comprensible en una escala que varía de “Nada Claro” (0 punto), “medianamente claro” (puntaje 1), “claro” (puntaje 2), “totalmente claro” (puntaje 3).

<i>Nada claro</i>	<i>Medianamente claro</i>	<i>Claro</i>	<i>Totalmente claro</i>
0	1	2	3

INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable	Categorías	Subcategorías	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
	Podcast	Contenido		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Expertos		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Panelistas		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Menciones		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente relevante</i>
0	1	2	3

INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable	Categorías	Subcategorías	Ítems	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
					0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
Podcast	Difusión	Canales digitale	Facebook		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
			Twitter		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
			YouTube		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
			Instagram		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
			Blog		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Plataformas digitales	Spotify		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
			iVoox														
			Google Podcast		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
			Apple Podcast		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

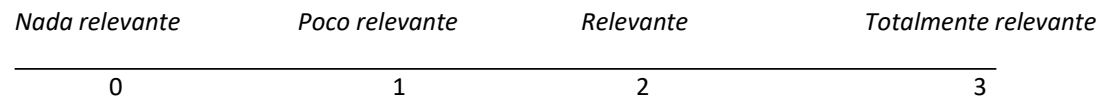
Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:

<i>Nada relevante</i>	<i>Poco relevante</i>	<i>Relevante</i>	<i>Totalmente relevante</i>
0	1	2	3

INSTRUMENTO MODELO POR CATEGORÍA

Variable Podcast	Categorías	Subcategorías	Análisis	Relevancia				Coherencia				Claridad				Sugerencias
	Segmentación	Target Primario		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Target Secundario		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	
		Temática del episodio		0	1	2	3	0	1	2	3	0	1	2	3	

Las alternativas de respuesta van de 0 al 3 y tienen las siguientes expresiones:



ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA SUSTENTACIÓN DE TESIS O TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

El Asesor....., docente de la Facultad de , de la carrera de ; ha realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión y verificación en programa de anti plagio de la Tesis () o Trabajo de Suficiencia Profesional () de:

.....
(Nombre completo del bachiller)

.....
(Nombre completo del bachiller)

Por cuanto, **CONSIDERA** que la Tesis () o el Trabajo de Suficiencia Profesional () titulado:.....
....., para aspirar al Título Profesional de..... por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas; por lo cual, **AUTORIZA**, a los interesados para su presentación.

Con respecto al uso de la información de la empresa; el Asesor declara, según los criterios definidos por la universidad, lo siguiente:

- () Este trabajo Requiere la autorización de uso de información la empresa.
- () Este trabajo No requiere autorización de uso de información.

....., de del
(Lugar) (día) (mes) (año)

Ing./Lic./Mg./Dr.
(Nombre completo del Asesor)
Asesor

ACTA DE SUSTENTACIÓN

El Jurado Evaluador de Titulación Profesional de la Tesis () Trabajo de Suficiencia Profesional (), titulada:

.....

Que ha sustentado el (la) Bachiller:

.....

Acuerda por:

(Unanimidad/Mayoría); (Aprobar/desaprobar)

Otorgando la calificación de.....

Este acuerdo se hizo de conocimiento del interesado (a) y del público presente.

Presidente(a) del Jurado	Nombre y Apellidos	Firma

Miembro del Jurado	Nombre y Apellidos	Firma

Miembro del Jurado	Nombre y Apellidos	Firma

....., de..... del 20.....

probado

Calificativo:

() Excelente

() Sobresaliente

() Bueno

() Aprobado

desaprobado

Observaciones en el caso de desaprobación