



FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS
Y DE ADMINISTRACIÓN

POSGRADOS



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY

**UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE ADMINISTRACIÓN**

**TRABAJO FINAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE
ESPECIALISTA EN GESTIÓN CULTURAL**

Título

PODCAST LITERARIO JUVENIL: CONTIGO Y TU VOZ

Por

JUAN CARLOS VELASCO MARTÍNEZ

TUTOR: PAULINA SZAFRAN MAICHE

Montevideo

URUGUAY

2023

TABLA DE CONTENIDO

DESCRIPCIÓN	3
OBJETIVOS	7
PÚBLICO OBJETIVO	7
METODOLOGÍA.....	8
RECURSOS HUMANOS	15
ARRENDAMIENTO DE SERVICIO.....	15
CRONOGRAMA	16
PRESUPUESTO	16
FINANCIACIÓN	17
RESULTADOS ESPERADOS	18
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	19
ANEXOS	20

RESUMEN

Proyecto de antología literaria digital a desarrollar en la Zona Metropolitana del Valle de Toluca, México (ZMVT) a través de dos talleres, —uno de creación literaria y otro de locución—, dirigidos a jóvenes de 18 a 29 años para la ejecución de un *podcast* con los cuentos o relatos que surjan de ambas instancias.

Para la realización de los talleres, propone tres instituciones culturales repartidas por la ZMVT: el Museo del Alfeñique en el municipio de Toluca, la Casa de Cultura de Cacalomacán en el municipio de Zinacantepec y la Casa de Cultura de Enrique Bátiz en el municipio de Metepec. Dichas instituciones públicas abren sus puertas a cualquier interesado en presentar iniciativas como la de este documento o talleres autosustentables. De igual modo, cuentan con el espacio y recursos para que la propuesta se concrete.

Para la difusión de la actividad, se utilizará una pauta publicitaria en medios sociales durante el mes de enero, posteriormente en el mes de febrero se darán las inscripciones a los talleres destinados a este sector poblacional. Asimismo, durante los cuatro meses restantes, se llevará a cabo el taller de creación literaria hasta el mes de julio donde se realizará el taller de locución hasta el mes de octubre. Todo el mes de noviembre se producirán los primeros episodios del *podcast* para que, al finalizar el año, en el mes de diciembre se lance el *podcast* en todas las plataformas digitales.

El *podcast* estará dividido por dos temporadas anuales: cada una de cinco meses y un episodio semanal con una duración de 15 a 40 minutos cada uno. En cada episodio se invitará a los jóvenes inscritos en ambos talleres para presentar sus cuentos.

Palabras clave: *creación literaria, antología digital, podcast, ciudadanía cultural, clubes de lectura.*

DESCRIPCIÓN

De acuerdo con Eduardo Nivón Bolán (2006), la política de democratización de la cultura garantiza el acceso al mayor número posible de personas al ampliar las opciones para los distintos públicos existentes con un fuerte sentido educativo. Por su parte, Nicolás Barbieri (2014) comenta que los proyectos basados en la democratización de la cultura facilitan los espacios de participación y expresión artística, ya que parten de la idea de que la cultura es un derecho que debe ser garantizado. Con esto, tanto Nivón Bolán como Barbieri destacan que la acción cultural traducida en un bien u objeto (libros, música, obras de arte, etc.) o un servicio cultural (conciertos, obras de teatro, entre otros) contribuye al mejoramiento de la calidad de vida de las personas.

Bajo este mismo tenor, la UNESCO, como organismo internacional, estableció los principios de cooperación que arrojó la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1948 al destacar que la cultura forma parte de los derechos humanos. Por lo que se planteó desde entonces el estímulo a la creación artística en todos los sectores de la población sin importar su origen étnico, religión, género o situación económica.

Asimismo, se puede destacar también en nuestra región la Conferencia Internacional Americana, celebrada en Bogotá el mismo año, contemplado en el artículo 13 el derecho de participar en la vida cultural y gozar de ella (Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia, 1953). Cabe recalcar que se presentan estos documentos como muestra del reconocimiento de la cultura como un derecho humano.

Por su parte, la Agenda 21 de la Cultura de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos menciona igualmente el acceso universal de la cultura en todos los momentos de la vida, desde la infancia hasta la vejez (2004, p. 9). De igual modo, la integralidad de la población en proyectos de impacto cultural donde intervienen los gobiernos locales como agentes promotores que facilitan los espacios y medios para la creación de las artes, con la finalidad de poder lograr una mejor cohesión social.

Tomando como base lo expuesto, el proyecto presentado en este documento consiste en el lanzamiento de dos talleres: de creación literaria y locución para jóvenes de entre 18 a 29 años de edad (en adelante participantes). Brinda el espacio, la mentoría y las herramientas para impulsar

su trayectoria artística a través de un *podcast*, que presenta los cuentos en cada episodio.

Esto a partir de la pluralidad de visiones que los participantes puedan aportar al tomar en cuenta

que el *storytelling*, —como actividad socio cultural—, ha sido impulsado con fines de entretenimiento, educativos y para preservar valores culturales de una comunidad a través de la narración oral (Mystakidis y Berki, 2018).

De igual modo no se impondrá qué es lo que deben escribir o narrar, —siempre y cuando no sea contenido denigrante u ofensivo a otros grupos de la sociedad—, ya que, sobre el rol dominante de designar qué se debe de leer, crear o disfrutar. Por lo que desarrollar esta actividad estimulará su imaginación y con ello, el fortalecimiento de la trayectoria artística como educativa de los participantes.

Asimismo, como parte de la propia naturaleza de los individuos de contar historias, Carlos A. Scolari llama ser humano *Homo fabulators*: seres hambrientos por contar, escuchar y vivir relatos; idea que fundamenta él al mencionar que las personas generaron ciertas competencias narrativas que permitieron su supervivencia al “prever situaciones críticas, construir hipótesis y prepararse de antemano [para el futuro]” (2013, p. 9).

La realización de los cuentos puede ser tanto de forma grupal (de dos a cinco participantes) como individual. Los cuentos pertenecerán a su respectivo autor, el *podcast* no se adjudicará la autoría de ningún material literario o radiofónico, solo se limitará a darle difusión a través de Internet.

Cada episodio contará con dos a tres cuentos cubriendo un total de 15 a 40 minutos aproximadamente, junto con las intervenciones del locutor o quienes hayan realizado el taller de locución.

Este taller, —opcional para aquellos participantes interesados en narrar sus propias historias o la de sus compañeros en el *podcast*—, complementará al de creación literaria para mejorar sus habilidades vocales y expresivas dando así libertad a cada participante de expresarse e involucrarse por completo en su obra final. El *podcast* estará presente en la mayoría de las plataformas digitales de distribución musical como Spotify o Amazon Music entre otras.

La idea del proyecto busca que los jóvenes adquieran un rol más activo como creadores artísticos

al contar con un cuento hecho por ellos mismos y que puedan compartirlo con otras personas. Como antecedente y motivador directo, parto de mi experiencia como beneficiario de una política de democracia cultural, al remontarme a la edad de siete años cuando participé en el proyecto

pilotodel libro colectivo de cuentos: “Ellos También Cuentan”. Promovido por la Campaña de Promoción y Desarrollo de la Literatura Infantil y Juvenil Tercer Milenio de la Secretaría de Educación, Cultura y Bienestar Social del Gobierno del Estado de México y Grupo Sur Editores en la ciudad de Toluca, México.

En ese entonces, Jorge Lozano Ludy, ex director general de Grupo Sur Editores y quien encabezó el proyecto literario en el mes de octubre de 2001, mencionó que el propósito era fomentar la expresividad literaria de los niños con un libro que reúna todos sus cuentos, por año escolar y por escuela, dentro del municipio de Toluca.

Por lo que este proyecto se desarrollará con participantes que demuestren interés en la lectura y escritura de cuentos en los talleres, donde los docentes encargados de impartirlos y el coordinador del proyecto en colaboración con los diferentes espacios culturales, orientarán a los participantes para que den forma a sus propias historias.

De este modo, se propone este proyecto con el siguiente nombre: “Contigo y tu Voz” al hablarle directamente al público objetivo (Contigo) para invitarlo a escribir y, al mismo tiempo, que narre su propia historia (tu Voz).

La razón de hacer un *podcast* radica que, en los últimos años, ha tomado gran protagonismo por su atractivo formato al permitir escuchar un tema o un libro mientras se realiza cualquier otra actividad, sin sustituir el libro convencional y que ha tenido una gran audiencia por todo el mundo.

De acuerdo con Siobhan McHugh (2016), a diferencia de la radio convencional, los oyentes eligen qué escuchar con un vínculo más cercano entre el locutor y la audiencia que cualquier otro medio tecnológico. Asimismo, ofrece la libertad de poder descargarlo y compartirlo.

De entre los diferentes *podcasts* que existen actualmente, se toman como referentes los literarios, por ejemplo: The History of Literature¹, What Should I Read Next² o The Book

Review³ que ofrecen un espacio de discusión, reseña y crítica literaria. Sin embargo, para el proyecto que se propone en este documento, se direcciona más al estilo de antología literaria

¹ Disponible en: <https://www.historyofliterature.com/>

² Disponible en: <https://modernmrsdarcy.com/what-should-i-read-next/>

³ Disponible en: <https://www.nytimes.com/column/book-review-podcast>

como Poetry Unbound de On Being Radio⁴ donde cada semana el locutor Pádraig Ó Tuama sumerge a su audiencia narrando diferentes poemas y finaliza aportando sus comentarios, e incluso, entrevistando a los propios escritores. Como otro antecedente podemos mencionar The New Yorker: Fiction⁵, que también es un podcast de la revista semanal estadounidense del mismo nombre, el cual dirige la editora de ficción Deborah Treisman, donde invita a diferentes escritores para leer una obra literaria cada mes.

OBJETIVOS

Objetivo general: Incentivar la creación literaria, y su difusión, para jóvenes de la ZMVT como contribución a la ciudadanía cultural al considerar al ciudadano como creador de su propia cultura.

Objetivos específicos:

- Desarrollar talleres de creación literaria y de locución para jóvenes a partir de convenios con tres instituciones culturales.
- Difundir los cuentos semanalmente en plataformas digitales de distribución de *podcasts* y en Youtube.
- Recopilar los cuentos de las dos temporadas y publicar un libro en formato tradicional y electrónico o *e-book*.

PÚBLICO OBJETIVO

Destinatarios directos

⁴ Disponible en: <https://open.spotify.com/show/5gS9lIUxTSORzMZtbDK4xh>

⁵ Disponible en: <https://bit.ly/3Rf52de>

Dirigido a jóvenes de 18 a 29 años que radiquen en ZMVT que puedan trasladarse al Museo del Alfeñique, a la Casa de Cultura de Cacalomacán o a la Casa de Cultura Enrique Bátiz.

Destinatarios como audiencia

La audiencia a la que el *podcast* se dirige será, aparte de los participantes y su círculo cercano, a aquellas personas interesadas en la literatura juvenil: lectores, escritores, periodistas, profesores, investigadores, gestores culturales entre otros que utilicen este *podcast* también como fuente de insumos para su trabajo.

METODOLOGÍA

Como modelo de negocio, el proyecto literario entraría en la categoría de *User Designed* o Fabricación de Usuario (Gassmann *et al.*, 2014) al centrar a los participantes como los clientes internos brindando el soporte de creación y de difusión de sus cuentos dentro de plataformas de distribución de *podcasts*.

A continuación, se presentan tres estrategias: Canvas, Océano Azul y Radial para analizar la sostenibilidad del proyecto con este enfoque de negocio.

Método Canvas o de Lienzo

Herramienta creada por Alexander Osterwalder, este método permite observar el terreno de un emprendimiento a través de una rápida evaluación con los siguientes nueve puntos: Segmentación de clientes, alianzas clave, propuesta de valor, actividades, canales, flujo de ingresos, estructura de costos, recursos claves y la relación con los clientes (Lozano-Chaguay *et al.*, 2019).

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relaciones con Participantes	Segmento de Clientes
---------------	--------------------	--------------------	------------------------------	----------------------

1. Museo de Alfeñique (Toluca). 2. Casa de Cultura de Cacalomacán (Zinacantepec). 3. Casa de Cultura Enrique Bátiz (Metepec).	1. Talleres presenciales. 2. Producción del podcast con los participantes como invitados.	Ofrecer la plataforma de difusión de las obras literarias realizadas dentro de los talleres a través de Internet de forma accesible y permanente	Como colaboradores desde todo el proceso de creación literaria y de difusión en Internet.	1. Jóvenes de 18 a 29 años de edad que vivan en uno de los tres municipios. 2. Empresas interesadas en publicitarse en el podcast.
	Recursos Claves		Canales	
	1. Salones de clase. 2. Estudio de grabación. 3. Equipo de audio y video. 4. Talleristas		1. Redes sociales (Facebook e Instagram) 2. Plataformas de streaming (Spotify) 3. Youtube	
Estructura de Costes		Fuentes de ingresos		
1. Salario de los talleristas. 2. Comisión por participante a los socios. 3. Arrendamiento de espacio de producción. 4. Marketing en redes sociales.		1. Inscripción a los talleres presenciales. 2. Monetización del podcast como anunciante para patrocinadores y publicidad en Youtube. 3. Venta de merchandising a través de una tienda en línea. 4. Venta del libro y ebook con los cuentos por temporada (semestral).		

Estrategia del Océano Azul

Desarrollado por los docentes W. Chan Kim y Renée Mauborgne (2006), la estrategia del Océano Azul es un enfoque empresarial que tiene como objetivo la innovación y la generación de valor de un servicio o producto, por ejemplo, un taller o un episodio de *podcast*. Dicho valor se encuentra dentro de un espacio no disputado y transversal, es decir, de sectores alternativos como lo es el *podcast* para difundir contenido creado por la propia audiencia. Los dos autores utilizan la alegoría del océano azul por ser un espacio sin tiburones que se disputan por el territorio (un océano rojo).

Con lo anterior mencionado, se presenta el proyecto a través de la Matriz ERIC: Eliminar, Reducir, Incrementar y Crear.

Eliminar	Reducir
La comunicación unidireccional e involucrar en la	El tiempo del programa a un promedio de 20 minutos. La mayoría de

conversación a los participantes al finalizar su cuento.	los <i>podcast</i> duran hasta una hora y llega a ser tedioso para la audiencia.
Incrementar	Crear
Los efectos sonoros y musicales durante el episodio. Que se vuelva toda una experiencia sensorial al escuchar los cuentos como lo fueron las radionovelas.	El espacio de diálogo con los creadores después de la presentación de su cuento. Generar un vínculo con los participantes durante todo el episodio.

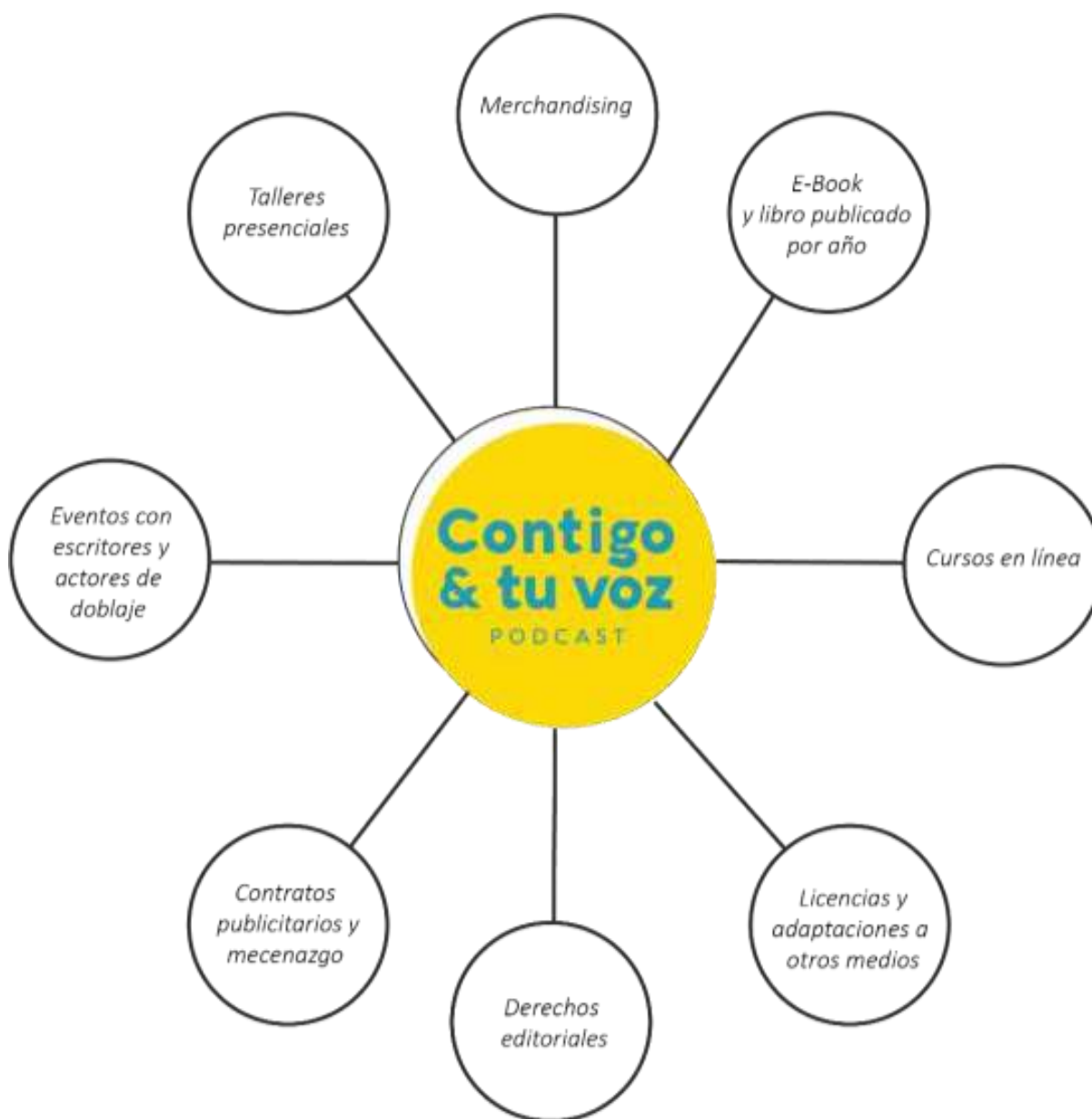
Estrategia Radial

De acuerdo con Alex Paredes Lazo (2020) es un método diseñado para empresas creativas o culturales que buscan diversificar sus ingresos en diferentes ofertas. Paredes Lazo comenta que la propuesta de valor debe generar un vínculo emocional con la audiencia o con los participantes, ya que argumenta que los públicos o consumidores en la cultura no compran soluciones como en modelos de negocio tradicionales, más bien buscan emociones como detonadores para validar sus hábitos de consumo.

Esto sería posible a través de la unidad creativa, el eje central de toda la estrategia. Paredes Lazo indica que “[...]da origen a diferentes formas de derechos intelectuales potenciales, como derechos de autor, de imagen, marcas, nombres comerciales, licencias, patentes, etc.” (2020, p. 42). Esta entidad, como menciona el autor, pasa por un ciclo de explotación de todas las esferas que rodean a la unidad creativa.

Para este proyecto, la unidad creativa sería el *podcast* y el libro por dos temporadas. Asimismo, los cuentos o relatos que los participantes realicen durante los talleres y la distribución en Internet serían la propuesta de valor.

Veremos ahora un ejemplo de un diagrama radial utilizando el proyecto literario.



Talleres

A continuación, se describen los espacios culturales de la ZMVT, los cuales aceptan propuestas culturales como las que se presentan en este documento.

Museo del Alfeñique

Ubicado cerca del Centro Histórico de Toluca, con domicilio en la calle Independencia #502. Cuenta con cinco salas de exposiciones permanentes sobre la gastronomía durante el Día de los Muertos, dos salas de exposiciones temporales relacionadas a la festividad, un patio, una biblioteca pública y dos salas de clase para realizar los talleres (creación literaria y locución).

Casa Cultural de Cacalomacán

Ubicado en la localidad de Cacalomacán (municipio de Zinacantepec), con domicilio en la calle Aquiles Serdán #9. Cuenta con dos salas de exposiciones artísticas, un salón para coreografías y deuses múltiples. Asimismo, tiene cuatro salas más para desarrollar los talleres.

Centro de Cultura Enrique Bátiz Campbell

Ubicado en el municipio de Metepec, en la localidad de San Jerónimo Chicahualco, con domicilio en la calle 16 de septiembre #95. El inmueble cuenta con diversas salas para cursos y talleres culturales, un auditorio para obras teatrales o conciertos, un ático para usos múltiples y de igual manera con un patio central para eventos multitudinarios u obras teatrales.

En este apartado se presentan los dos talleres que se ofrecerán a los participantes con el objetivo de acompañarlos durante su aprendizaje, respetando los ritmos de cada uno a través de actividades y ejercicios que estimularán su curiosidad por la literatura.

Talleres	Temporada	Meses	Carácter	Sesiones
Creación literaria	1	Marzo a junio	Práctica: taller principal	9 sesiones: 2 horas cada una.
Locución	2	Julio a octubre	Práctica: opcional	9 sesiones: 2 horas cada una.

Carta descriptiva del taller de creación literaria

Nombre del curso		Taller de creación literaria
Objetivos generales		Brindar al participante las herramientas de análisis para cuentos, así como el espacio para desarrollar el suyo con ejercicios que estimularán su creatividad.

Contenido temático		Objetivos particulares
1. La extensión del cuento 2. El suceso único 3. Los tipos de narradores 4. Los personajes 5.El arco dramático y el deslance		• Leer cuentistas clásicos y contemporáneos. • Lograr identificar los distintos elementos que componen un cuento. • Desarrollar un cuento corto de acuerdo al temario del mes. Ejemplo: abril es el mes de la lectura, por lo que se podría realizar un cuento sobre la lectura o que el cuento tenga un libro como el macguffin de la historia
Perfil de los participantes		Requisitos o conocimientos previos
Jóvenes de 18 a 29 años		Ninguno

Técnicas Introductorias	Descripción
Expositivas, demostrativas y de dialogo	En cada taller se leerá un breve cuento seleccionado por el docente a cargo. Posteriormente se les dejará en cada sesión una instrucción de escritura de acuerdo a lo leído.

Técnicas grupales	Descripción
1. Rompe hielo 2. Lluvia de ideas 3. Debate 4. Exposición	Como parte del taller, el docente traerá cada semana un cuento para hablar sobre la obra y su autor, con la finalidad de que genere una mesa dialogo para debatir sobre los elementos narrativos que componen a la obra. Como avance el taller, los participantes expondrán ante el grupo los avances de su obra literaria a través de leerla en público y, al finalizar, los demás alumnos, así como el docente compartirán sus opiniones al respecto.

Técnicas Introdutorias	Descripción
Expositivas, demostrativas y de dialogo	En cada taller se leerá un breve cuento seleccionado por el docente a cargo. Posteriormente se les dejará en cada sesión una instrucción de escritura de acuerdo a lo leído.

Técnicas grupales	Descripción
1. Rompe hielo 2. Lluvia de ideas 3. Debate 4. Exposición	Como parte del taller, el docente traerá cada semana un cuento para hablar sobre la obra y su autor, con la finalidad de que genere una mesa dialogo para debatir sobre los elementos narrativos que componen a la obra. Como avance el taller, los participantes expondrán ante el grupo los avances de su obra literaria a través de leerla en público y, al finalizar, los demás alumnos, así como el docente compartirán sus opiniones al respecto.

Carta descriptiva del taller de locución

Nombre del curso	Taller de Locución
Objetivo General	Proporcionar a los participantes las herramientas para desarrollar su voz de narrador mediante técnicas de lectura y respiración e improvisación.

Contenido Temático	Objetivos Particulares
1. Introducción: ¿qué es la locución? 2. Dicción, fluidez y entonación. 3. Preparación y lectura de guion radiofónico. 4. Tonalidad y modulación de voz. 5. Audición y grabación del podcast.	• Desarrollar una correcta entonación (transmitir bien el mensaje que se quiere llegar a la audiencia). • Pronunciar adecuadamente las palabras de forma clara y precisa. • Dominar el ritmo vocal de acuerdo a la temática del cuento. • Vencer el miedo escénico o hablar en público, aunque no lo tengan presente

Perfil de los participantes	Requisitos o conocimientos previos
Jóvenes de 18 a 29 años	Ninguno

Técnicas Instruccionales	Descripción
Expositiva, Demostrativa y Dialogo	Taller para mejorar las habilidades lingüísticas y vocales para que los participantes narren correctamente sus propios cuentos

Técnicas grupales	Objetivos Particulares
1. Rompe hielo 2. Lluvia de ideas 3. Debate 4. Exposición	Se introducirá la importancia de la voz a través de conceptos con la semiología de la voz, arquitectura vocal, fenómenos aerodinámicos de la voz hablada, los grupos fónicos, la entonación y pronunciación entre otros. Asimismo, se le brindará información técnica sobre los elementos que componen un estudio de grabación como la microfónica, el hardware y software de edición de audio.

RECURSOS HUMANOS

A continuación, se desglosa los perfiles que estarán a cargo de llevar a cabo el proyecto en cuestión.

Locutor: quien dirigirá cada episodio, introducirá a los jóvenes que narrarán sus historias y dará anuncios de interés para la audiencia.

Talleristas: encargados de impartir el taller de creación literaria y de locución.

Coordinador del proyecto: responsable de liderar el proyecto.

Diseñador gráfico: responsable de la edición y programación de cada episodio a las plataformas y de generar contenido en las distintas redes sociales.

ARRENDAMIENTO DE SERVICIO

Producción del podcast: Servicio de renta del espacio (cabina radiofónica) junto con el equipo de microfónica, consola de audio, videocámaras entre otros aparatos tecnológicos. De igual modo, con la edición final y publicación de los episodios a plataformas digitales.

CRONOGRAMA

PERIODO											
Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Promoción de los talleres. Organización con talleristas en horarios y evaluaciones para los participantes	Inscripción a los talleres	Inicio del taller de creación literaria en los centros culturales.				Inicio del Taller de locución				Producción de los episodios del podcast	Lanzamiento del podcast a través de todas las plataformas digitales

PRESUPUESTO

A continuación, se presenta el presupuesto representado en dólares para llevar a cabo el proyecto. Las siguientes tablas describen los gastos que se llevarán a cabo durante la realización del proyecto en un año.

1. Recursos Humanos			
Rol dentro del proyecto	Meses	Sueldo por mes	Total
Diseñador gráfico	4	\$ 300.00	\$ 1,200.00
Locutor	4	\$ 100.00	\$ 400.00
Coordinador	4	\$ 100.00	\$ 400.00
Tallerista (x3)	4	\$ 900.00	\$ 3,600.00
Total			\$ 5,600.00

2. Arrendamiento de servicio		
Producción del podcast		
Meses	Costos	Total
4	\$ 233.00	\$ 932.00
Total		\$ 932.00

3. Gastos de papelería y publicidad

Descripción de materiale, publicidad impresa y digital

	Cantidad/mes	Costo		Total
		Unitario		
Paquete de papel	1	\$ 5.00	\$	5.00
Cartucho de tinta negra	2	\$ 15.00	\$	30.00
Paquete de volantes (1000 unid.)	2	\$ 21.00	\$	42.00
Publicidad en internet	4	\$ 20.00	\$	80.00
Total			\$	157.00

La publicidad en internet se refiere a la promoción digital del proyecto en redes sociales a 4 meses.

Resumen		
Totales	Categoría	Importe
1	Recursos Humanos	\$ 5,600.00
2	Arrendamiento de servicios	\$ 932.00
3	Gastos de papelería y publicidad	\$ 157.00
4	Gastos imprevistos	\$ 400.00
	Total	\$ 7,089.00

FINANCIACIÓN

A continuación, se detalla la principal fuente de financiamiento que se contempla para la ejecución del proyecto, como el cobro de los talleres con el número de estudiantes por museo, la mensualidad del taller por museo y el número de meses que durarán los talleres. Dando como resultado un total de \$8400 dólares.

Museo	No. De alumnos	Mensualidad	No. Meses	Subtotal
Toluca	20	\$ 35.00	4	\$ 2,800.00
Metepéc	20	\$ 35.00	4	\$ 2,800.00
Zinacantepec	20	\$ 35.00	4	\$ 2,800.00
Total				\$ 8,400.00

RESULTADOS ESPERADOS

A partir de la estrategia de comunicación e infraestructura que brindarán los diferentes espacios culturales del Valle de Toluca, se llevarán a cabo los talleres de forma presencial de martes a viernes, con posibilidad de extenderlo de acuerdo al número de inscritos.

Asimismo, se espera que el *podcast* se encuentre disponible en todas las plataformas digitales gracias a las posibilidades que ofrece la tecnología, y que el número de audiencia no se conforme solamente con los participantes y su círculo cercano, sino que trascienda fronteras.

Posteriormente, después de las dos primeras temporadas se lanzará el primer libro que recopile las obras que se presentaron durante el año en el *podcast*.

Se aspira a largo plazo, fomentar la formación de escritores, guionistas, actores de doblaje o locutores de radio dentro de la región. Que el *podcast* sirva también como portafolio de trabajo para ellos y como acervo cultural alternativo al de las bibliotecas o librerías.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barbieri, N. (2014). *Cultura, políticas públicas y bienes comunes: Hacia unas políticas de lo cultural*, 101 – 191. Univeritat Autònoma de Barcelona.

Ciudades y Gobiernos Locales Unidos (s.f.) *Culture 21: Agenda 21 de la cultura*, Adjuntament de Barcelona.

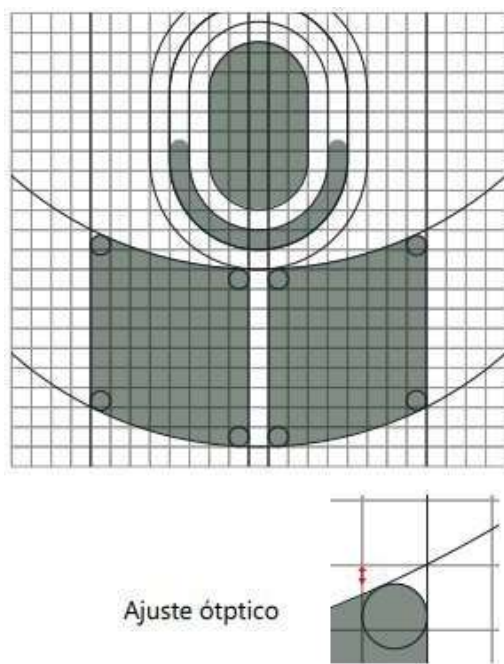
- Gassmann, O., Frankenberger, K. y Csik, M. (2014) *El navegador de modelos de negocios: 55 modelos que revolucionarán tu negocio*. Reino Unido: Pearson.
- Kim Chan, W. y Mauborgne, R. (2006) Sumario. *Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. 9 (1), 19 – 30.
- Lozano Ludy, J. (2001). *Ellos también cuentan : creaciones de nuestros pequeños grandes escritores*. Toluca de Lerdo: Grupo Sur Editores y MAZ Editores.
- Lozano-Chaguay, L., Caicedo-Flores, J., Fernández-Bayas, T. & Onofre-Zapata, R. (2019) El modelo de negocio: metodología Canvas como innovación estratégica para el diseño de proyectos empresariales. *Revista Ciencia e Investigación*. 4 (1).
- McHugh, S. (2016). How podcasting is changing the audio storytelling genre. *The Radio Journal International Studies in Broadcast and Audio Media*: Universidad de Wollongong. 14 (1), 65 – 82.
- Ministerio de Relaciones Exteriores de Colombia (1953) Novena Conferencia Internacional Americana. En: *Actas y documentos*. Vol V. Bogotá.
- Mystakidis, S. y Berki, E. (2018). The Case of Literacy Motivation: Playful 3D Immersive Learning Environment and Problem-Focused Education for Blended Digital Storytelling. *International Journal of Web-Based Learning and Teaching Technologies*. Universidad de Tampere. 13 (1), 64 – 79.
- Nivón Bolán, E. (2006). El debate internacional de la política cultural. En: *La política cultural: Temas, problemas y oportunidades*. Fondo Editorial para la Cultura y las Artes de Zona Centro/CNCA.
- Paredes Lazo, A. (2020) *Diversificar*. Santiago: Estrategia Radial.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

ANEXOS

A continuación, se muestra la guía de identidad gráfica del proyecto “Contigo y tu voz”.

Retícula de construcción:

Isotipo.



Construcción del Imagotipo: | |

Uso horizontal y uso vertical.



Retícula de restricción:

El límite con otro objeto es la zona en rojo, esto sucede cuando un elemento que invada hacia dentro podría comprometer la lectura correcta de la imagen.



Variaciones

Estas son las combinaciones que puede aplicarse, cualquier otra forma es incorrecta.

1



2



3



4

Contigo & tu voz
PODCAST

Tipografía

Fuente Ebrima

1234567890
abcdefghijklmno
pqrstuvwxyz

1234567890
abcdefghijklmnop
qrstuvwxyz

1234567890
ABCDEFGHIJKL
MNOPQRSTU
VWXYZ

1234567890
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
YZ

Colorimetría

El imagotipo con sus usos correctos con la paleta de color.



Calados

Combinaciones con la paleta de color.

