



COLECTIVO COMUNICACIONAL CACEROLIANDO

YALIMA FERNANDA MORALES HERNÁNDEZ

Implementación de la fase 1 del proyecto comunicacional Caceroliando: Creación de contenidos podcast, moderación de conversaciones públicas y gestión de actividades pedagógicas

**Trabajo de grado para optar al título de:
Magíster en Gestión Cultural y Producción Audiovisual**

DIRECTOR DE PROYECTO DE GRADO:

ALEJANDRO ÁNGEL

**UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO
2024**

CONTENIDO

Storyline del proyecto	3
SINOPSIS	3
PALABRAS CLAVES	3
1. INTRODUCCIÓN	4
2. MARCO CONCEPTUAL	5
3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	8
4. ANÁLISIS DE CONTEXTO	9
4.1. ¿Cuál es la situación actual que genera el problema?	11
4.2. ¿Cuál es la ubicación geográfica donde se desarrollará el proyecto?	11
5. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO	12
5.1. Identificación o avances del público objetivo	12
5.1.2. Comunidad de oyentes	13
5.1.3. Creadores de Podcast	13
5.1.3. ¿Cuántas personas esperamos que accedan a los productos/servicios del proyecto?	14
5.1.4. ¿Cuál es el nivel de demanda sobre productos o servicios similares al que vamos a ofrecer?	14
5.1.5. ¿Cuál fue la evaluación de los beneficiarios de alternativas similares a las que queremos aplicar?	15
6. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y PERCEPCIÓN DEL MISMO	15
6.1. ¿Cuál es el problema que se quiere resolver?	15
6.1.1. ¿Por qué este problema y no otro?	15
6.1.2. ¿Qué está originando el problema?	15
6.1.3. ¿Dónde y cuándo tiene lugar el problema habitualmente?	16
6.1.4. ¿Cuál es la percepción sobre tu idea de proyecto entre los individuos involucrados?	16
7. OBJETIVO GENERAL	17
7.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17
8. ADN DEL PROYECTO	17
9. REFERENTES PARA EL PROYECTO	18
9.1. Referentes nacionales	18
9.2. Referentes extranjeros	19
10. IMPLEMENTACIÓN DE LA FASE 1 DEL PROYECTO Y CRONOGRAMA	22
10.1. CRONOGRAMA	22

10.2. ENTREGABLES	23
10.2.1. PILOTO SERIE PODCAST	23
10.2.2. ENTREVISTA A MARTÍN CRUZ VEGA	23
10.2.3. CONVERSATORIOS	23
10.2.4. PILOTO LABORATORIO CREATIVO SONORO	24
10.2.5. DISEÑO DEL PORTAFOLIO DEL PROYECTO	24
10.2.6. ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB	24
10.2.7. NUEVAS ALIANZAS ESTABLECIDAS	25
10.3. PRESUPUESTO Y PLANEACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	27
11. ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO	27
12. FUENTES DE INGRESO PARA EL PROYECTO	30
13. CONCLUSIONES	31
14. ANEXOS	33
15. BIBLIOGRAFÍA	34

Storyline del proyecto (*¿Cómo definir de manera resumida qué es mi proyecto, a quiénes impacta o qué historia cuenta?*)

“Caceroliando” es un proyecto comunicacional de izquierdas que pretende promover la creación de contenidos podcast y videopodcast para contribuir a la dinamización del diálogo social en Colombia.

SINOPSIS

“Caceroliando” es un proyecto comunicacional, compuesto por un colectivo de profesionales que desarrolla contenidos contraculturales en diferentes géneros y formatos de podcast y videopodcast. Buscamos aportar a la consolidación de medios de comunicación alternativos en Colombia que ofrezcan contenidos con perspectiva de género, enfoque en DDHH y que propendan por la reconciliación y la construcción de paz. Caceroliando pretende ser una plataforma para potenciar otros proyectos de comunicación independientes elaborados por diversos colectivos de comunicación, con la intención de generar una red colaborativa de creadores y en paralelo ofrecer una programación más variada a nuestras audiencias compartidas. Junto con esta red colaborativa de creadores de contenidos produciremos eventos culturales relevantes para nuestra comunidad de oyentes y el público en general. En un futuro deseamos realizar talleres de formación en comunicación popular y nuevos medios en territorios étnicos.

PALABRAS CLAVES

Podcast; podcasting; nuevos medios; multiplataformas; trabajo colectivo; red de creadorxs; comunidad; movilización social; educomunicación; comunicación popular; comunicación para el cambio social.

1. INTRODUCCIÓN

En la era de la información¹ la posverdad y las «*fake news*» son una constante, es clara y evidente las campañas permanentes de propaganda pagada y difundida por los medios masivos y en redes sociales. Pareciera que la contemporaneidad se rige por la guerra por los «*likes*», ser «*trending topic*», y por algoritmos creados por corporaciones de alcance global que se dedican a la promoción y venta de productos de cualquier tipo.

“Caceroliando” surge en 2020 en el marco de las movilizaciones sociales que ocurrían entonces en Colombia. El proyecto nace desde la indignación de un grupo de ciudadanos por sentirse subestimados como audiencia, ya que los contenidos disponibles para el momento no nos representaban y tampoco nos interesaban. Es por esto que “Caceroliando” se plantea como objetivo la oferta de contenidos contraculturales, que inviten al diálogo y a la construcción del pensamiento crítico en la sociedad que nos enmarca.

“Caceroliando” es un colectivo comunicacional que a partir de 2020 produce contenidos de podcast y videopodcast. Desde que se emitieron los primeros episodios uno de los objetivos del proyecto ha sido conseguir visibilizar organizaciones y colectivos sociales locales en el marco de las movilizaciones de 2020 y 2021 en Colombia.² Entendemos lo necesario que es la articulación de las múltiples resistencias que le hacen frente a un modelo económico global que funciona bajo una lógica de despojo y de acumulación. Sabemos que sólo cuando miramos al otre, cuando sentimos su sentir, podremos transformar su lucha en nuestra lucha. Somos unxs convencidxs de que los trabajadorxs del mundo nos merecemos un futuro distinto. Abogamos porque lo que algunxs denominan progreso para variar pueda afectar positivamente a las personas y no exclusivamente a las transnacionales.³ Esa es la línea editorial de este proyecto comunicacional que empezó como un podcast y que en un futuro pretende dar el salto hacia una radio virtual con una programación variada.

2. MARCO CONCEPTUAL

A continuación serán señalados brevemente algunos conceptos teóricos relevantes a relacionar con el proyecto de “Caceroliando” en el marco del trabajo de grado planteado para la culminación de la Maestría en gestión y producción cultural y audiovisual en la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

La comunicación cumple una función social y política. Por ello es también un campo en permanente disputa. Desde “Caceroliando” consideramos que la comunicación es fundamental para la transformación de sociedades. Y por esto la pluralidad de medios puede aportar no sólo a ampliar el debate público sino también a la profundización de cualquier democracia. Es decir, para que los habitantes de naciones como Colombia puedan reconocerse en su diversidad, es muy posible que la comunicación figure como un puente que una a comunidades y territorios.

¹ Castells, Manuel. La era de la información. Economía, sociedad y cultura Vol. 1. México. Ed. Siglo XXI. 1996

² La denominación como “Caceroliando” para este proyecto surge a razón de nuestro apoyo y confianza en las movilizaciones sociales que estábamos observando y documentando en 2019, 2020 y 2021.

³ Consideramos que se trata de conseguir una redistribución del ingreso y de la profundización de los derechos sociales.

Como colectivo comunicacional tenemos claro que es desde las bases populares con quienes debemos construir realidades más dignas. Apelando a una perspectiva de “*Ecología de saberes*” hemos identificado la urgencia en que se compartan a públicos más amplios (*y urbanos*) algunos saberes populares latentes en las comunidades campesinas, negras e indígenas, así como los saberes de las mujeres, los saberes construidos en las periferias urbanas, entre otros. Todo esto integrado a un saber académico, puesto que el conocimiento se construye colectivamente, y es innegable que en el desarrollo de la humanidad el poder del intercambio de ideas ha sido vital. (Sousa Santos, 2014).

En “Caceroliando” consideramos que ya es tiempo de repensar el mundo contemporáneo y tender a buscar formas plurales de conocimiento. Superando aproximaciones colonialistas herederas del eurocentrismo lamentablemente vigente.

*«El poder del conocimiento no se encuentra solamente en los estudiantes y en los académicos. Porque todas las personas saben, tienen diferentes saberes.»*⁴

Boaventura de Sousa Santos

Como humanidad hoy por hoy continuamos sumergidos en el pensamiento de las Epistemologías del Norte. Entendiendo que desde la producción de conocimiento también se resiste a las diversas formas de opresión. Para transitar hacia formas plurales de conocimiento es necesario generar aproximaciones distintas. En ese sentido, para este proyecto es destacable la teoría de Epistemologías del sur desarrollada por Boaventura de Sousa Santos. Este término se refiere a la presentación y el debate de conocimientos producidos en el sur global, base de reflexión para la transformación social en los tiempos actuales. Las Epistemologías del Sur tienen en común el hecho de que todos estos son conocimientos nacidos en luchas contra el capitalismo, el colonialismo y el patriarcado.

*«El objetivo de las Epistemologías del Sur es permitir que los grupos sociales oprimidos representen al mundo como propio y en sus propios términos, ya que solo así podrán cambiarlo de acuerdo a sus propias aspiraciones.»*⁵ Desde las Epistemologías del Sur se plantea una resistencia a la imposición de una epistemología universalista, objetivista, única, configurada en el contexto de la Modernidad europea. Esta aproximación trata de generar conocimiento que ya no legitime la opresión histórica del norte global sobre el sur global. Es una apuesta por incrementar el diálogo social, y por expandir los escenarios de intercambio entre los saberes populares y la academia. (Sousa Santos, 2014).

Con la teoría de Epistemologías del Sur, Boaventura propone identificar y valorar esos conocimientos que a la luz de las epistemologías dominantes han sido invisibilizados. Todos estos son ejercicios dialogantes con el pensamiento crítico eurocéntrico. En palabras del pensador portugués, *«Mantener la distancia no significa descartar la rica tradición crítica eurocéntrica y lanzarla al basurero de la historia, ignorando así las posibilidades históricas de emancipación social en la modernidad eurocéntrica. Significa, más bien, incluirla en un paisaje mucho más amplio de posibilidades epistemológicas y políticas. Significa ejercer una hermenéutica de sospecha con respecto a sus “verdades fundacionales”, descubrir lo*

⁴ Declaraciones hechas por Boaventura de Sousa Santos en el video documental "De la mano de Alice". Dirigido por Raquel Freire. 2018

⁵ De Sousa Santos, Boaventura. *Descolonizar la Universidad: el desafío de la justicia cognitiva global*. 1a ed. - CABA: CLACSO, 2021. Página 116.

que está debajo de su “sentido literal”. Significa prestar especial atención a las tradiciones más pequeñas suprimidas o marginadas dentro de la gran tradición occidental. Significa, sobre todo, asumir que nuestro tiempo es un período de transición sin precedentes en el que nos enfrentamos a problemas modernos para los que no hay soluciones modernas.»⁶

En resumen, las Epistemologías del Sur intentan ampliar las posibilidades de repensar el mundo. Poniendo el foco en dinámicas comunitarias que no prioricen al individuo sobre el colectivo. Así entonces, la construcción de conocimiento debe ser interdisciplinar y en ese sentido, la producción de contenidos culturales con valores diferenciales es fundamental.

La cultura entendida como eso que amalgama sociedades, puede ser un aliado clave para socializar ideas y construir alternativas de libertad. En el documental *"De la mano de Alice"* (2012) dirigido por Raquel Freire, Boaventura de Sousa Santos resalta que la cultura no es un espacio aparte independiente de la política o de la economía en una sociedad. La cultura es más que lo meramente simbólico o artístico, afirma el académico portugués.

La cultura entonces es un concepto polisémico, de acuerdo con el antropólogo Eduardo Restrepo, *«La apelación a la cultura a menudo acarrea una serie de argucias, no sólo en tanto ha devenido en uno de los más sutiles y eficaces instrumentos de gobierno de los otros y de nosotros mismos, sino porque también constituye y moviliza un complejo entramado de recursos económicos y subjetividades de individuos y colectivos. Nada hay de inocente, entonces, en la cultura; al contrario, supone un particular terreno de relaciones de poder y de disputas, de sedimentaciones y visibilidades tal, que podríamos imaginar que si algo define el sentido común de nuestra época eso es la ubicuidad analítica y política de la cultura.»⁷*

Sabemos que las manifestaciones culturales pueden sensibilizar y acercar individuos inmersos en un contexto social compartido. Y por ello los contenidos culturales que se produzcan desde los colectivos y desde los movimientos sociales, posiblemente podrán facilitar el diálogo y el intercambio al interior de una sociedad y entre sociedades distantes. Desde “Caceroliando” hemos evidenciado que la profundización de derechos sólo será posible con el reconocimiento mutuo de la dignidad de lxs otrxs. La historia de la humanidad ha demostrado que con frecuencia los cambios en principio son culturales y luego se formalizan en la ley común. Debe tenerse presente que lo que está en juego es la disputa por el sentido común de sociedades en transformación, en movimiento, atravesadas por un contexto globalizante.

Por ejemplo, las expresiones culturales de la revuelta chilena y el estallido social en Colombia, a nuestro juicio, han dado cuenta de un quiebre intergeneracional al interior de estas sociedades latinoamericanas y también de una crítica profunda al capitalismo (neoliberalismo) desde la perspectiva de la identidad, de la defensa de la vida, de los territorios y de la igualdad de derechos para todes.

⁶ De Sousa Santos, Boaventura. *Descolonizar la Universidad: el desafío de la justicia cognitiva global*. 1a ed. - CABA: CLACSO, 2021. Página 112.

⁷ Restrepo, Eduardo. *Artifugos de la cultura: apuntes para una teoría post cultural*. En Colección de cuadernos mínimos. *Cultura: Centralidad, artificios, etnografía*. Asociación Colombiana de Antropología. SAMAVA EDICIONES EU. Colombia. 2019. Página 68.

Desde la “*Cultura de resistencia*” se genera valor más significativo para sociedades desiguales, el proyecto “Caceroliando” se enmarca en esta categoría. El riesgo de una cultura industrializada (“*Cultura de acomodación*”)⁸ en sociedades como la colombiana es que se ocultan realidades, violencias latentes. Esas ausencias de las voces no reconocidas son necesarias para el capitalismo y para la gobernabilidad de ciertos mandatarios, aduce De Sousa en una entrevista que ofreció a la extinta Revista Arcadia en 2019.

«Hablamos de un nuevo proyecto de país. No podemos tener una cultura libre, independiente y crítica en un país dominado por el agronegocio, la especulación de la tierra, la minería y el despojo.»⁹
Boaventura de Sousa Santos

Como colectivo comunicacional nos resulta impostergable la profundización de las formas democráticas por la reivindicación y la consecución de más y nuevos derechos sociales en Colombia. Tenemos claro que la lucha anticolonial y la resistencia también se hace desde las redes colaborativas. En palabras de la socióloga boliviana Silvia Rivera Cusicanqui, «*Son estas unidades subestatales más chicas de tipo comunitario las que en realidad ejercen una posibilidad real de descolonización.*»¹⁰

Y por ello en “Caceroliando” le apostamos a la futura construcción y fortalecimiento de una red local de creadorxs de podcast para la visibilización de contenidos de comunicación independientes. Buscamos organizarnos como parte de un conjunto de creadorxs que cuestionan el orden establecido y generan acciones culturales por el florecimiento de más espacios de libertad de pensamiento. “Caceroliando” es un movimiento de agitación cultural que aspira a repolitizar la cotidianidad de su comunidad de oyentes, aliadxs y amigxs.

El derecho a la información y el derecho a la comunicación son parte fundamental de la construcción de ciudadanía en el mundo contemporáneo, por lo cual, todas las personas sin distinción debemos tener acceso a ellos. La importancia de la comunicación como derecho humano ha quedado establecida en el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, que expresa: “*Todo individuo tiene el derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.*” (Asamblea General de la ONU, 1948)

El derecho a la comunicación es el derecho que tienen las personas a recibir, producir y enviar información. Se trata concretamente en que lxs ciudadanxs comunes tengan acceso a las tecnologías de la comunicación para que puedan interpretar, poner en común y hacer público el mundo y la realidad que les rodea, que nos rodea.

Es importante señalar que este proyecto comunicativo liderado por un colectivo social progresista, tiene un enfoque de derechos, sabemos que entre otros, manifestarse es un

⁸ Ver. Tres Miradas Críticas Internacionales: “*El ‘emprededurismo’ le da glamur a la precariedad*”: Boaventura de Sousa Santos. Artículo en Revista Arcadia. Escrito por Andrés Páramo Izquierdo. 2019. [Disponible en línea](#).

⁹ Declaraciones hechas por Boaventura de Sousa Santos en el video documental “De la mano de Alice”. Dirigido por Raquel Freire, en referencia a las problemáticas sociales afrontadas en el Brasil previo al gobierno de Bolsonaro.

¹⁰ Ver. Silvia Rivera Cusicanqui sobre conflicto del Estado con el pueblo mapuche: “*Hay que establecer una diálogo, pero en igualdad de condiciones*”. Artículo en Diario Universidad de Chile. Escrito por Joana Carvalho. 2022. [Disponible en línea](#).

derecho humano y nos motiva ejercer a cabalidad nuestras ciudadanías en un contexto democrático. Resulta también relevante aclarar que el lugar de enunciación de “Caceroliando” es desde la comunicación popular, que pone énfasis en la participación, la inclusión y la diversidad y consiste en la construcción comunitaria y en la circulación colectiva de conocimientos y sentidos sociales. Para promover la solidaridad, la igualdad de derechos, la justicia y el cambio social.

El derecho a la comunicación y los derechos culturales están interconectados porque en una sociedad democrática son esenciales para la promoción y la protección de la diversidad cultural, la participación cultural y la preservación de las identidades culturales. Reconocer y garantizar estos derechos es fundamental para construir sociedades más respetuosas, inclusivas y humanas.

“Caceroliando” pretender actuar como un amplificador de mensajes enunciados por iniciativas culturales de diversos actores comprometidos con la profundización de derechos, La Paz y la reconciliación en Colombia. “Caceroliando” será también un *medio pedagógico alternativo* para que la comunidad de oyentes que consume sus contenidos pueda tener una mejor comprensión de su entorno y de sus derechos.

3. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

La historia de Caceroliando:

“Caceroliando” es un colectivo comunicacional apoyado por la [Agencia Cultural Vulpes Clan](#). El proyecto fue concebido por un grupo de ciudadanos sensibles e inspirados por el momento histórico que evidenciaban en el marco del estallido social, años previos al triunfo del gobierno de Gustavo Petro en Colombia.

Desde febrero del 2020 a la fecha “Caceroliando” ha tenido la oportunidad de entrevistar a diferentes líderes de opinión, firmantes de paz, académicas, activistas, artistas y cultores. De manera autogestiva ha conseguido realizar ocho (8) episodios en vivo formato streaming. Ha producido también 23 episodios editados sobre movilización social, defensa de los DDHH, construcción de paz, reconciliación, cultura para la paz y nuevos medios. En materia de actividades presenciales ha convocado seis (6) conversaciones públicas y ha liderado una primera sesión del Laboratorio Creativo Sonoro.

A continuación serán señalados los perfiles profesionales de las personas que gestaron el proyecto “Caceroliando”:

Pedro Nel Rojas Oliveros, politólogo egresado de la Universidad del Rosario, comunicador con doce (12) años de experiencia en investigación social, principalmente en temas de acción colectiva para la construcción de paz y comunicación para el desarrollo a través de metodologías participativas. Autor de diversas publicaciones académicas en torno a experiencias comunitarias sobre participación política, memoria y derechos humanos. Productor de contenidos transmedia (series radiales, documentales y textos) con temáticas sobre identidad, participación y DDHH.

Yalima Morales, politóloga egresada de la Universidad del Rosario, especialista en Gestión Cultural y Comunicación de FLACSO Argentina. Candidata a Máster en Gestión Cultural y Producción Audiovisual de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Gestora cultural con experiencia profesional de ocho (8) años en el diseño de estrategias de comunicación para organizaciones por medio del conocimiento de audiencias y desarrollo estratégico. Experiencia en dirección y gestión de proyectos. Amplias habilidades en la producción de eventos académicos, culturales y corporativos. Especialista en relacionamiento entre instituciones y colectivos sociales o comunidades en territorio. Fundadora de la Agencia Cultural Vulpes Clan.

Sergio Hernández, artista plástico egresado de la Universidad del Bosque, ilustrador, con estudios universitarios en animación 2D. Máster en Gestión Cultural y Producción Audiovisual de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Gestor cultural con diez (10) años de experiencia profesional como pintor, artista audiovisual y diseñador freelance, ha trabajado como productor, y facilitador en proyectos en territorios indígenas. Fundador de la Agencia Cultural Vulpes Clan.

Luis Franco, arquitecto egresado de la Universidad Nacional de Colombia. Melómano, radioaficionado y podcaster independiente.

4. ANÁLISIS DE CONTEXTO

En términos amplios el ecosistema de podcast en español en iberoamérica y en Colombia está creciendo, cada vez hay más colectivos que buscan usar este formato online de producto comunicacional para visibilizar proyectos de todo tipo, dialogar sobre temáticas de nicho y contar historias que difícilmente serían abordadas en medios comerciales.

Aunque según el informe de “*The state of the podcast universe*” (Voxnest, 2020), “el estado del universo del podcast” en español, en la región Colombia ocupa el tercer puesto entre los países de más rápido crecimiento de escucha de podcast, de momento todavía el podcast no es un formato consumido en el país masivamente.

El deficiente acceso a internet y la desigualdad digital que se presenta en la mayoría de las regiones del país contribuyen directamente a que el consumo de podcast ocurra en ciudades principales como Bogotá y Medellín seguido en menor medida de áreas urbanas como Cali, Girardot, Barranquilla, Bucaramanga, Pereira, Manizales y Cartagena.

Según el Censo Nacional de Población y Vivienda, hecho en 2018 por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), sólo el 43,4% de los hogares colombianos tienen acceso a internet fijo o móvil. De acuerdo con los datos ofrecidos por el censo, esto significa que a más de ocho millones de hogares en el país se les vulnera su derecho a acceder al servicio de internet.

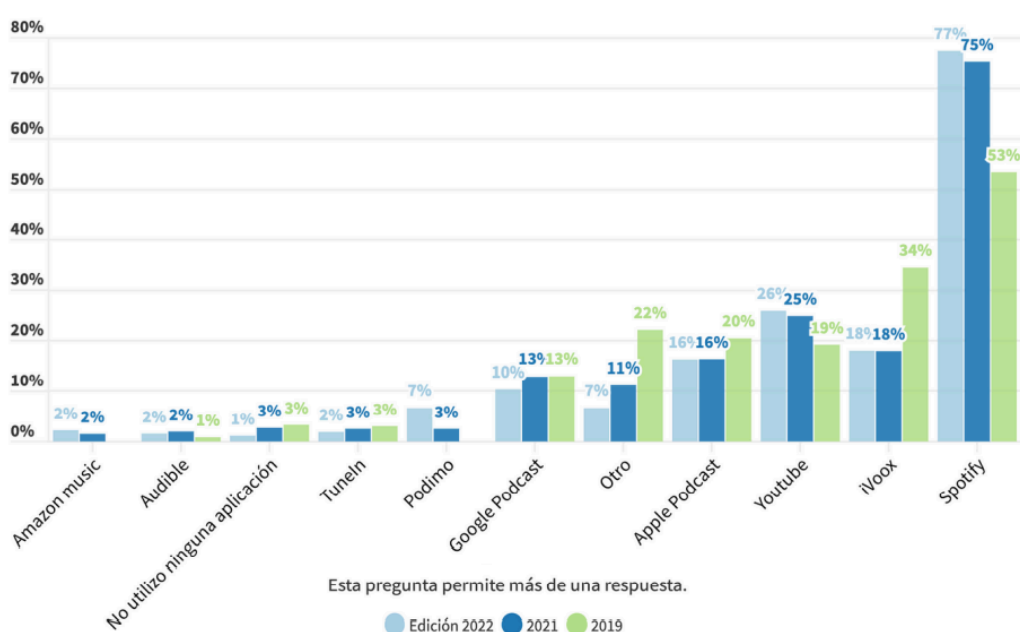
La Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV), elaborada por el DANE en 2022, indica que del total nacional de hogares encuestados un 59,5% de ellos cuentan con acceso a Internet (fijo o móvil). El acceso a internet es uno de los indicadores donde se evidencian mayores desigualdades por departamentos en nuestro país. Según la ECV, mientras que el porcentaje de hogares conectados en Bogotá asciende a 79,4%, en los departamentos del

Chocó, Guainía, Vichada y Vaupés no supera el 20%.¹¹

Un insumo clave para entender la evolución del mundo del podcast en español es la Encuesta Pod, este es un trabajo realizado por un equipo colaborativo de más de 100 instituciones y creadores de podcast, organizado por el grupo Podcasteros y financiado por Podimo y Adonde Media. La encuesta se enfoca en el consumo de podcast en países hispanohablantes. Se destaca que según los encuestados, en general las plataformas de escucha más usadas en 2022 son Spotify, Youtube e iVoox (se permitieron múltiples respuestas).

A continuación el lector encontrará los gráficos que dan cuenta de esto.

1. PLATAFORMAS DE ESCUCHA¹²

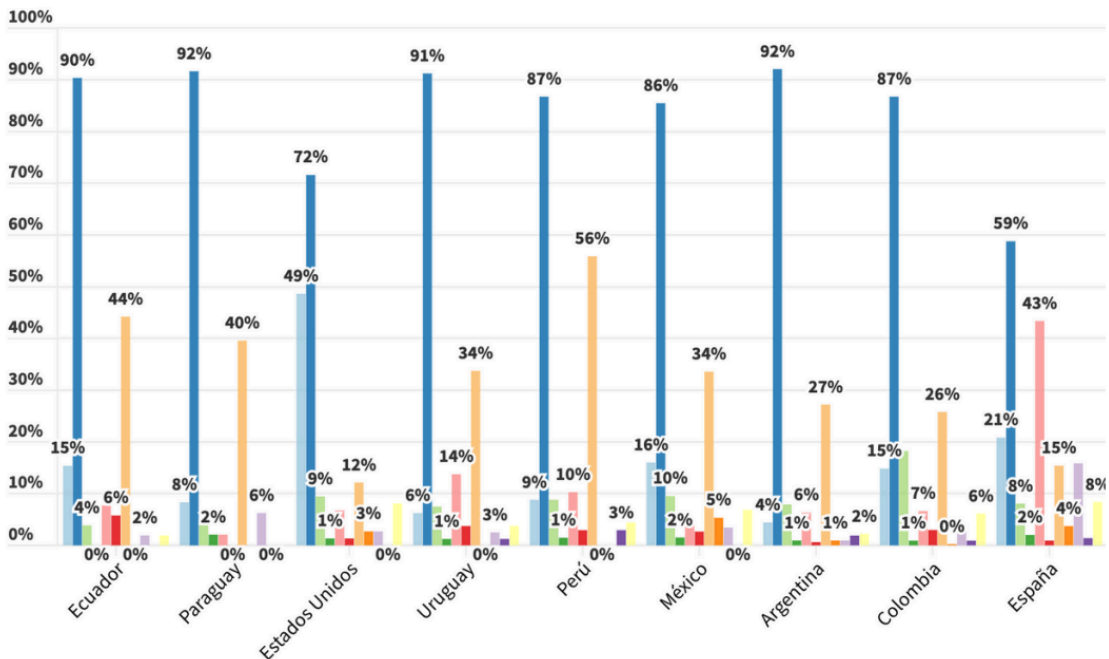
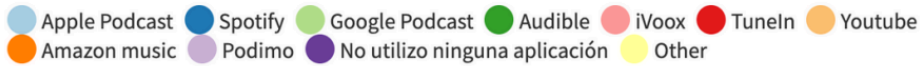


2. PLATAFORMAS MÁS USADAS POR PAÍS DE RESIDENCIA¹³

¹¹ Y del total nacional de personas encuestadas para la ECV, el 75,8% de las personas de 5 y más años de edad reportaron poseer teléfono celular, el 87,1% de ellas reportaron poseer un smartphone, 13,2% reportaron un teléfono celular convencional.

¹² Fuente: Encuesta Pod (2022)

¹³ IBIDEM



El crecimiento y posterior fidelización de las audiencias digitales que consumen podcast, se gestiona por medio de comunidades virtuales. Youtube e iVoox resultan clave en ese sentido. Aplicativos de streaming como Twitch rápidamente están siendo empleados por proyectos de video podcast. Desde “Caceroliando” consideramos prioritario incorporar esta herramienta de divulgación en nuestra estrategia global de comunicación. Hemos identificado que el envío de correos masivos promocionando los contenidos disponibles es muy importante también.

4.1. ¿Cuál es la situación actual que genera el problema?

Observando el contexto general de los medios de comunicación en Colombia, se identificaron cuatro causas estructurales que agudizan el problema que nos hemos propuesto atender con el proyecto de “Caceroliando”.

- Alta presencia de medios de comunicación al servicio de intereses empresariales, político partidistas y político electorales.
- Un vaciamiento de los contenidos culturales ofrecidos en los medios masivos. Se presume que las audiencias prefieren lo light en sus consumos, es evidente la intención de los medios masivos en banalizar y mercantilizar la vida.
- Estigmatización de medios alternativos o con posturas ideológicas definidas que con frecuencia son contrarias al relato hegemónico instaurado.
- En la ciudadanía falta estimulación del pensamiento crítico.

4.2. ¿Cuál es la ubicación geográfica donde se desarrollará el proyecto?

El proyecto consiste concretamente en un medio de comunicación digital independiente. Cuyo campo de acción iniciará en Bogotá (que es donde residen los miembros del equipo).

Según el censo de 2018, es en esta ciudad donde se encuentra concentrado el mayor número de personas con acceso a internet a nivel nacional.¹⁴ Además es importante mencionar que en la capital colombiana residen alrededor de 7.9 millones de personas, por lo cual, es donde se reporta mayor consumo de contenidos en plataformas como Youtube, Spotify y Twitch.

El proyecto “Caceroliando” propone varios ejes de trabajo. Uno de estos se relaciona con la producción de contenidos de podcast y video podcast realizados en Bogotá. Otro eje es la gestión de eventos culturales en alianza con “*La Red colaborativa de creadorxs*” y con “*La Comunidad de oyentes*”, estas acciones del proyecto decidimos acotarlas a Bogotá.

El último, y tal vez, el más ambicioso de los ejes de trabajo se trata de una “*Escuela itinerante de comunicación popular*”. En ella se pretende articular una red de trabajo que inicie en Bogotá y que con el paso del tiempo se expanda hacia el resto del país incluyendo contextos rurales.

5. DEFINICIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO

5.1. Identificación o avances del público objetivo

5.1.1. La Comunidad de oyentes

Hasta 2022 “Caceroliando” era solamente un podcast de análisis político que había nacido en el contexto de las movilizaciones sociales que surgieron entre 2019 y 2022. Basado en las métricas arrojadas por las redes sociales, la audiencia digital actual de Caceroliando Podcast, son hombres y mujeres principalmente entre los 24 y 36 años, residentes mayoritariamente en la ciudad de Bogotá. Teniendo presente esta información, presumimos que una parte importante de la audiencia del podcast son activistas, estudiantes universitarios de pregrado y postgrado preocupados por la política nacional. Hoy por hoy el podcast cuenta con un total de 3.680 seguidores en Youtube, Instagram, Twitter y Facebook.

Como colectivo comunicacional a la fecha “Caceroliando” ha producido contenidos relevantes de manera regular y también es miembro activo de una red de colectivos sociales que gestionan eventos culturales por la defensa de la vida y el derecho a la paz en la ciudad de Bogotá. “Caceroliando” ha sido aliado en eventos gestionados por el colectivo social [Mercadillos X La Paz](#). En las ediciones presenciales del Mercadillo se han registrado en total alrededor de 6000 asistentes. Desde 2021 Caceroliando podcast tuvo la oportunidad de liderar varios conversatorios en el marco de los eventos mencionados.¹⁵

La experiencia de los Mercadillos presenciales en los que nos hemos involucrado como aliado de medios nos ha permitido identificar que a estos espacios de encuentro llegan

¹⁴ El índice de acceso a internet en Bogotá equivale a un 75%. Por ejemplo, el porcentaje de conectividad en departamentos como Cundinamarca es de 42% respecto del total de la población local. Fuente Censo 2018 (DANE).

¹⁵ Vale destacar a los conversatorios realizados en La Casa de La Paz en [julio de 2021](#) y en [diciembre de 2022](#). Así como el [conversatorio con firmantes de paz](#) co gestionado con el colectivo social Mercadillos X La Paz en septiembre de 2023 durante el Festival DIA PAIZ en la Universidad de Los Andes. En diciembre de 2023 durante el Onceavo Mercadillo X La Paz que se hizo en La Casa de La Paz, desde Caceroliando lideramos un [Laboratorio Creativo Sonoro](#) y moderamos un [conversatorio con el colectivo artístico Cantautoras por la paz](#).

distintos grupos etarios, de afiliaciones políticas y de género que pueden ser potenciales miembros de la comunidad de “Caceroliando” (un posible público secundario a conquistar).

En 2024 posterior al diseño e implementación de la primera fase de estrategias para los cuatro ejes de trabajo considerados para el proyecto comunicacional “Caceroliando”, nos encontramos en otro nivel, ya que hemos dado el salto hacia un proyecto comunicacional que ambiciona en un futuro consolidarse como una radio virtual y un medio digital independiente financiado parcialmente por una comunidad de oyentes. Consideramos que vamos por buen camino, ya que hemos ampliado nuestra perspectiva y posibilidades de alianzas.

El espíritu de esta propuesta alternativa de comunicación es convocar a la sociedad civil en general a conocer las iniciativas culturales de los actores comprometidos con la profundización de derechos, la paz y la reconciliación en Colombia. Por supuesto, existe ya un público sensible y comprometido con estos temas, entre los que se cuentan estudiantes, académicxs, personas en proceso de reincorporación, sobrevivientes del conflicto armado, organizaciones sociales. A todxs ellos quisiéramos llegar, nos gustaría que fueran parte de nuestra comunidad de oyentes.

5.1.2. Creadores de Podcast

El mundo del podcast en Colombia es relativamente joven. Con el paso de la pandemia de COVID-19 hubo un incremento importante en la producción y consumo de este tipo de contenidos. Y en paralelo muchos medios tradicionales de radio análoga incorporaron a su estrategia de divulgación las plataformas de podcast. Así entonces, no sorprende que en el top de consumos de podcast local en el mes de mayo de 2024 se encuentren programas como:

El Cartel de La Mega (RCN Radio); En La Jugada con Antonio Casale (RCN Radio); Palabras Mayores con Carlos Antonio Vélez (RCN Radio); Peláez y De Francisco en La W (Caracol Podcast); La Luciérnaga por Caracol Podcast; El Reporte Coronell en La W (Caracol Podcast); La W Radio con Julio Sánchez Cristo (Caracol Podcast); El Gallo Podcast (Radioactiva y Caracol Podcast); El zoológico de La Superestación;

También existen proyectos independientes creados por productoras de podcast consolidadas (y con partidas presupuestarias a disposición), que son escuchados en menor medida. Algunos de estos son:

Radio Ambulante de NPR; A Fondo Con María Jimena Duzán; Se Regalan Dudas; DianaUribe.fm; La Silla (Vacía) Podcasts con el proyecto Huevos Revueltos con Política; Las series podcast producidas por Cero Setenta Media (Womansplaining; Sudakas; Paisajes Sonoros), VoráGINE; La no ficción con proyectos como El Topo, Cosas de Internet, Estúpido Nerd, Expertos de Sillón, Presunto Podcast; Buceando en el naufragio de Akorde Media, entre otros.¹⁶

¹⁶ Ver el *Anexo 1* que da cuenta del reporte hecho por Chartable para mayo de 2024 sobre los podcast más escuchados en Colombia

En el sector público, la Radio Nacional de Colombia cuenta con alrededor de veinticinco podcast disponibles en su página web.¹⁷

Desde “Caceroliando” pretendemos impulsar una red solidaria de personas residentes en Bogotá que escuchan podcast y que desean apostarle a la creación de contenidos sonoros independientes. De momento tenemos relaciones cercanas con los siguientes podcast autogestionados, [El olor de la curuba](#), [La Mestizonora](#) y [La central media](#).¹⁸

Para ampliar esta red emergente de creadores de contenidos sonoros nos proponemos en principio ofrecer sesiones gratuitas y de libre acceso a nuestro “*Laboratorio Creativo Sonoro*” y a los talleres o workshops a realizar. En un momento posterior a la entrega de este documento, la intención es consolidar una “*Escuela itinerante de comunicación popular*”, que forme a personas interesadas en zonas urbanas y rurales de Colombia.

5.1.3. ¿Cuántas personas esperamos que accedan a los productos/servicios del proyecto?

En latinoamérica la plataforma Spotify es la más empleada para la escucha de podcast, por ello destacamos las siguientes cifras. Durante el primer trimestre de 2023, Spotify registró 515 millones de usuarios a nivel mundial. América Latina cuenta con 44,1 millones de usuarios que representan aproximadamente el 22% del total global.¹⁹ Actualmente se estima que globalmente existen en promedio tres millones de podcast que han puesto a disposición de diversas audiencias en cien idiomas alrededor de 177 millones de episodios.²⁰

Aunque de momento no contamos con una proyección concreta respecto del público abarcable en Colombia. Somos conscientes de que el alcance de la comunicación alternativa en línea es limitado. Pues no se cuenta con la misma cantidad de recursos y de pauta con la que disponen los medios masivos de comunicación.

Las actividades presenciales de formación a ofrecer estarán abiertas a todas las personas interesadas en la producción radial y sonora. Las conversaciones públicas tienen como objeto dialogar con la ciudadanía en un sentido amplio, los escenarios de encuentro no son escogidos al azar.

5.1.4. ¿Cuál es el nivel de demanda sobre productos o servicios similares al que vamos a ofrecer?

En general los podcast no están siendo consumidos de forma regular en la mayor parte del país, son los habitantes de zonas urbanas quienes mayoritariamente se dedican a escuchar estos tipo de contenidos, siendo Bogotá y Medellín en donde se ubican las audiencias más

¹⁷ Información disponible en: <https://www.radionacional.co/podcast>

¹⁸ Al momento de escribir este documento, dos de los tres proyectos de comunicación mencionados han parado temporalmente la creación de nuevos contenidos. Es evidente la dificultad en estos casos para conseguir la sostenibilidad de los proyectos.

¹⁹ Información provista por el portal web Statista:

<https://es.statista.com/estadisticas/1135737/usuarios-mensuales-activos-america-latina-spotify/>

<https://www.bloomberglinea.com/2023/04/25/spotify-gana-mas-suscriptores-de-lo-esperado-con-la-ayuda-de-america-latina>

²⁰ Información disponible en: <https://www.podcastinsights.com/es/podcast-statistics/>

Información disponible en: <https://www.listennotes.com/podcast-stats/>

amplias.

Para incrementar la demanda de contenidos originales de podcast en Colombia es imperante achicar la brecha digital presente. Generando acciones afirmativas desde el Estado para promover la inclusión digital de la ciudadanía. La brasileña Cristina Kiomi Mori identifica tres aristas en la comprensión del concepto de inclusión digital: acceso, alfabetización digital y apropiación de tecnologías.²¹

RTVC en alianza con el [Festival GABO](#) han organizado cuatro ediciones en Bogotá del [Festival Podcast al Oído](#). Desde 2021 este Festival busca generar espacios de formación y de encuentro para los amantes locales y de latinoamérica de la narración sonora.

5.1.5. ¿Cuál fue la evaluación de los beneficiarios de alternativas similares a las que queremos aplicar?

Se hace evidente una demanda en crecimiento del consumo de podcast en zonas urbanas del país. Por lo cual, la oferta de contenidos se incrementa, por ello resulta fundamental la profesionalización del sector y llegar a forjar relacionamientos entre pares que comparten valores e intereses concretos.

Consideramos que para ampliar audiencias puede ser clave construir contenidos con la gente, con las audiencias potenciales, abordando temáticas que les importen. En ese sentido identificamos un gran potencial en la propuesta de escuela itinerante de comunicación popular y el Laboratorio Creativo Sonoro.

Los contenidos creados en el marco de este proyecto comunicacional serán difundidos a través de las [plataformas de podcast](#) disponibles, [Youtube](#), [redes sociales](#) priorizadas y una [página web](#).

6. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA Y PERCEPCIÓN DEL MISMO

6.1. ¿Cuál es el problema que se quiere resolver?

Es urgente consolidar medios de comunicación alternativos, multi formato que ofrezcan contenidos con perspectiva de género, enfoque en DDHH y que propendan por la reconciliación y la construcción de paz en Colombia.

6.1.1. ¿Por qué este problema y no otro?

Es clave pelear la batalla cultural por el sentido común de esta sociedad traumatizada y renuente al cambio. Proponemos la agitación cultural desde una propuesta comunicativa independiente, con plena libertad editorial. Para conseguir apoyar el posicionamiento de una agenda política y contribuir al incremento del diálogo social.

²¹ MORI, C. K. Políticas públicas para inclusão digital no Brasil: aspectos institucionais e efetividade em iniciativas federais de disseminação de telecentros no período 2000- 2010. SER Social, [S. l.], v. 13, n. 29, 2012. Disponible en: https://periodicos.unb.br/index.php/SER_Social/article/view/12675

6.1.2. ¿Qué está originando el problema?

Aunque en Colombia existen medios de comunicación públicos, los medios masivos de comunicación son financiados por referentes del mundo empresarial, quienes históricamente han impuesto un único relato que se ha amplificado a las mayorías excluidas. Y con frecuencia la desinformación ha sido crucial para conseguir influir por ejemplo en escenarios electorales.

En el mundo la concentración de medios al servicio del modelo económico regente y los poderes fácticos resulta en una exclusión de las voces y sentires de las mayorías dominadas. Entendiendo que los medios de comunicación son agentes dinamizadores de la cultura y también espacios fundamentales para la socialización de la política nacional. Consideramos que para avanzar con la profundización de derechos sociales es necesaria una mayor pluralidad de medios.

Es preciso poder generar diálogos importantes, para proponerle a la sociedad colombiana otra agenda mediática y política por medio de la cual se puedan modificar los valores priorizados en la opinión pública.

6.1.3. ¿Dónde y cuándo tiene lugar el problema habitualmente?

En toda democracia moderna es imperante elevar el debate público, sin lugar a dudas, será siempre relevante dialogar y generar espacios para el encuentro de sociedades diversas y multiculturales. Por ello, el proyecto a potenciar en el marco de la Maestría en gestión y producción cultural y audiovisual se denomina “Caceroliando”, un proyecto comunicacional, compuesto por un colectivo de profesionales que desarrollan contenidos contraculturales en diferentes géneros y formatos de podcast y videopodcast.

6.1.4. ¿Cuál es la percepción sobre tu idea de proyecto entre los individuos involucrados?

A los y las compañeros del equipo les emociona la idea de generar contenidos, pensar en conjunto y tejer nuevas relaciones con intereses comunes. Cabe mencionar que con este proyecto de comunicación estamos iniciando una nueva etapa, por lo cual, nos encontramos en el proceso de ampliación de un equipo de profesionales que en principio quieran sumarse ad honorem.

El formato de podcast, video podcast y streaming permiten una interacción directa con las audiencias que se convocan. Estas formas de intercambio ya las hemos aprovechado en Caceroliando Podcast, nos han sido muy útiles no solo para modelar el producto cultural que ofrecemos sino para articularnos con colectividades que desarrollan eventos culturales presenciales en Bogotá. La contracultura necesita medios de difusión y nosotrxs desde “Caceroliando” nos hemos puesto a su disposición.

Nuestra propuesta en el largo plazo consiste en emplear la plataforma que será “Caceroliando” para colaborar con el potenciamiento de otros proyectos de podcast independientes hechos por diversos colectivos de comunicación, con la intención de generar una red colaborativa de creadores y en paralelo ofrecer una programación más

variada a nuestras audiencias compartidas y sobre todo hacer sostenibles los proyectos asociados a nuestra red, acudiendo también a una comunidad que financie parcialmente la producción de estos contenidos.

7. OBJETIVO GENERAL

Potenciar un proyecto comunicacional que por medio del cruce de diferentes formatos de producción ofrezca contenidos contraculturales hechos por comunicadores independientes y por comunidades étnicas. Proyecto dirigido a comunidades colombianas dentro y fuera del territorio nacional, combinando distintos mecanismos de gestión como patrocinios y alianzas estratégicas.

7.1. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Desarrollar formatos diferentes de productos comunicativos.
2. Desarrollar procesos de formación en territorios étnicos.
3. Desarrollar mecanismos de divulgación.
4. Gestionar patrocinios y alianzas estratégicas.
5. Potenciar una comunidad de oyentes.

8. ADN DEL PROYECTO

Entendiendo que en Colombia existe un panorama favorable respecto del crecimiento del ecosistema de podcast en español, el proyecto de “Caceroliando” ha asumido cuatro ejes de trabajo que suponen oportunidades de acción concretas.²²

La Productora: Se encarga de la creación de contenidos podcast y videopodcast propios y de terceros; Ofrece alquiler de equipos de grabación de sonido y de video; Prestación de servicios profesionales.

La Escuela de comunicación popular: Ofrece Talleres de formación y Master classes en edición; guión; producción sonora, entre otros. Generación conjunta de contenidos con pares. Establecimiento de un laboratorio itinerante que permita la experimentación sonora con la red de creadores consolidada.²³

La comunidad: Será beneficiaria de eventos culturales presenciales y virtuales producidos por “Caceroliando” y la red de creadores.

La estrategia de comunicación: Desarrollo de una estrategia de comunicación conjunta para visibilizar los proyectos propios y asociados a “Caceroliando”. Esto incluye aparición en página web, plataformas de podcast priorizadas, Youtube, boletín electrónico, redes sociales y en grupos de Whatsapp de la red.

²² En el anexo 2 o en este [LINK](#), el o la lectora podrá observar en un esquema el ADN del proyecto.

²³ Se resalta como un referente para este eje de trabajo. La Escuela de Radio virtual Renacientes liderada por [Nois Radio](#). [Otras ejercicios de escuelas de radio](#) lideradas por Nois.

9. REFERENTES PARA EL PROYECTO EN GENERAL

9.1. Referentes nacionales

Colectivo [Noís Radio](#) (Colombia) Es un colectivo interesado en la exploración de los universos sonoros cotidianos y la creación de experiencias radiofónicas. Surge en Cali, en el 2009, y desde entonces se han dedicado a la producción de programas de radio en vivo que mezclan el paisaje sonoro con voces, música, sonidos en vivo y acciones performáticas.

Además, trabajan en el diseño de ejercicios de escucha colectiva a través de paseos, visitas guiadas, mesas de radio itinerantes, talleres, laboratorios sonoros y de comunicación. Han adelantado diferentes procesos formativos en relación a la producción radial.



9.2. Referentes extranjeros

Futuro Rock FM (Argentina) Es una radio web independiente que usa youtube y plataformas de podcast. Editan textos originales. Gestionan eventos con su audiencia (Festivales, charlas y fiestas). Consiguieron abrir un espacio cultural ([Yunta Bar](#)) en Buenos Aires. Obtienen financiamiento a través de una comunidad de oyentes. Ofrecen a su audiencia diversos contenidos.



La Voz de Los Que Sobran (Chile) Su principal producto comunicativo es un matinal (diario) informativo y de análisis de coyuntura política chilena e internacional, el formato es una mesa de trabajo en vivo, son tres hosts más varios invitadxs. Hacen uso de Youtube, radios comunitarias locales y plataformas de podcast. Obtienen financiamiento a través de una comunidad de oyentes. Ofrecen a su audiencia diversos tipos de contenidos, (programas de streaming, podcast, video reportajes, crónicas y artículos de opinión escritos, eventos públicos) se han ido posicionando como un medio digital alternativo en Chile.



Opinión

Rosa Devés: Del abandono de las “otras” mujeres a la instrumentalización del feminismo

Joseffe Cáceres y Alejandra Decap

No podemos permitir que se instrumentalice el feminismo, una teoría política de liberación, con políticas que sostienen el status quo: el capitalismo patriarcal, colonial y racista que hoy muestra su verdadero rostro, cada vez más bárbaro y brutal.

LO ÚLTIMO RECOMENDADOS



Opinión

Rosa Devés: Del abandono de las “otras” mujeres a la instrumentalización del feminismo



Opinión

Los socavones en las dunas afectaron a edificios ilegales



Hoy

Partido de Mandela forma coalición con la oposición blanca de derecha para mantener el poder



Opinión

Restaurar, Restablecer, Recuperar. El turno de Sebastián Edwards



Opinión

El deber ético de la U. de Chile por Palestina y los Derechos Humanos



Hoy

Los 5 argumentos del profesor Nash sobre la sanción política a Daniel Jadue

Carne Cruda (España) Video Podcast de análisis político, emplean Youtube y plataformas de podcast. Secciones y roles definidos. Invitan expertos. Guión estructurado. Son dos hosts. Obtienen financiamiento a través de una comunidad de oyentes. Gestionan eventos con su audiencia. Recientemente abrieron un espacio cultural en Madrid.

ONDAS MEJOR PROGRAMA DE RADIO 2012

CARNE CRUDA.ES

DE LUNES A JUEVES A LAS 10:00

Carne Cruda
 @CarneCrudaCC · 82,6 K suscriptores · 1,2 K videos
 Programa de radio online Carne Cruda. Premio Ondas al Mejor Programa de Radio 2012. >
carnecruda.es y 3 enlaces más

Suscrito

Inicio Videos Shorts En directo Pódcasts Listas

Más recientes Populares Más antiguos

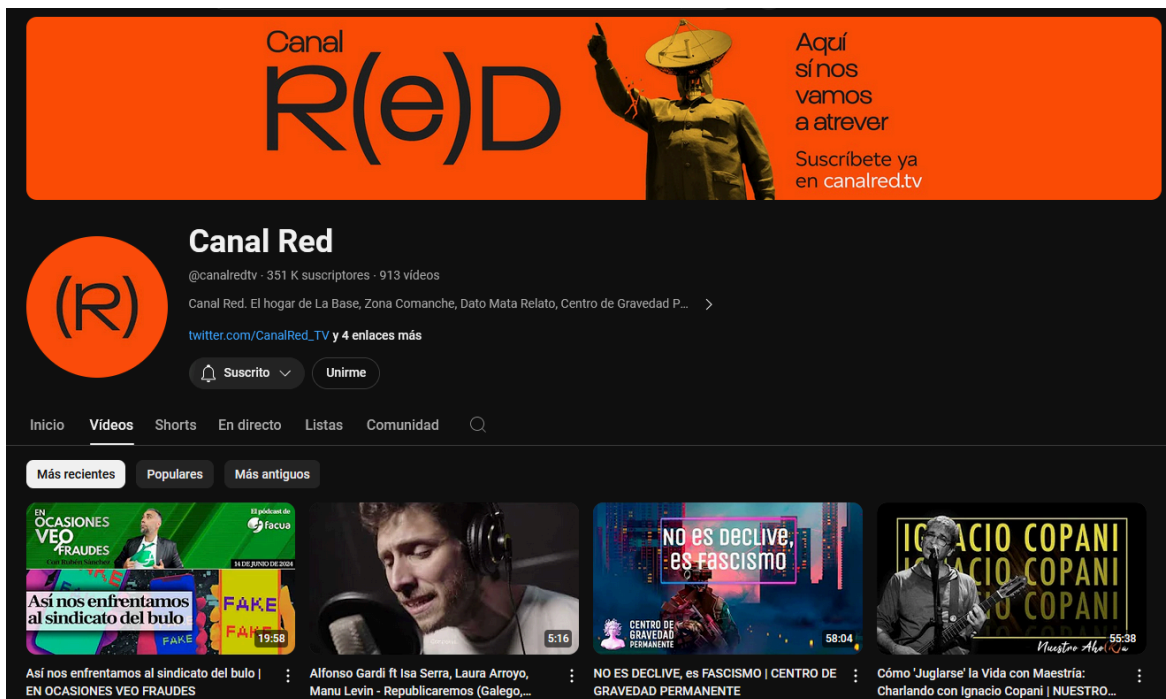
CARNE CRUDA.ES LA IGUALDAD ES EL FUTURO 10:51
 T10x136 - Desigualdad Cero: Jóvenes, precariedad y salud mental (CARNE CRUDA)

CARNE CRUDA.ES 48:01
 T10x136 - Intoxicados: por qué nos medican tanto (CARNE CRUDA)

CARNE CRUDA.ES 1:08:45
 T10x135 - Cómo se hace una película: Carne Cruda desde la Academia de Cine (CARNE...)

CARNE CRUDA.ES 1:12:43
 T10x134 - Prostitución: qué hacer con el trabajo sexual (CARNE CRUDA)

Canal RED (España) Proyecto comunicacional que emplea formatos de video podcast. Aborda temas de coyuntura política española y latinoamericana. Gracias a la reputación de Pablo Iglesias (director del proyecto), en menos de un año al aire han obtenido un importante financiamiento a través de una comunidad de oyentes. En general sus programas tienen un formato de mesa de trabajo con guión estructurado en un falso en vivo. Son cuatro hosts más un invitado en cada entrega. En su portal web también ofrecen a su audiencia artículos de opinión y reportajes escritos.



10. ESTRATEGIA DE IMPLEMENTACIÓN DE LA FASE 1 DEL PROYECTO Y CRONOGRAMA

¿EN QUÉ MOMENTO SE ENCUENTRA EL PROYECTO?

Como ya fue señalado anteriormente, hasta 2022 [“Caceroliando”](#) era solamente un podcast de análisis político. En 2024 posterior al diseño e implementación de la primera fase de estrategias concebidas para los ejes de trabajo considerados. Actualmente [“Caceroliando”](#) es un proyecto comunicacional que gracias a los contenidos producidos, a la fecha, ha podido establecer alianzas estratégicas con colectivos sociales, redes productivas alternativas, artistas, cultores, activistas, académicos, espacios culturales e instituciones educativas. [Aquí](#) el enlace al último episodio disponible en línea.

¿QUÉ FUE POTENCIADO EN ESTA FASE DEL PROYECTO?

10.1. CRONOGRAMA

En el marco de tiempo dispuesto para la presentación del presente trabajo de grado, (Marzo 2023 - Abril 2024), se ejecutó una primera fase del proyecto de implementación general, pretendiendo conseguir unos objetivos iniciales concretos, pero teniendo presente un horizonte a perseguir como colectivo comunicacional y propuesta alternativa.²⁴

²⁴ En el anexo 4 o en este [LINK](#) puede accederse al cronograma general para esta fase inicial de implementación del proyecto.

10.2. ENTREGABLES

Entre los objetivos específicos a alcanzar se incluyó la producción creativa de una serie de tres (3) episodios de podcast y una entrevista, la gestión de dos (2) conversatorios o conversaciones públicas dirigidas al público en general. Así como la ejecución de un piloto de taller de comunicación popular y nuevos medios enfocado en la creación de un contenido podcast elaborado por los asistentes al “Laboratorio Creativo Sonoro” y editado por el equipo de “Caceroliando”. También fue diseñado un portafolio del proyecto. Se elaboró un [video](#) con el resumen de las actividades ejecutadas. Y se establecieron nuevas alianzas estratégicas.

A continuación se profundizará en cada uno de estos objetivos alcanzados.

10.2.1. PILOTO SERIE PODCAST

En 2023 se incorporó un nuevo miembro al equipo de trabajo (Luis Franco), por lo cual, para probar la química en escena y el formato propuesto para el podcast, era vital producir contenidos con esta persona. En alianza con la Universidad Jorge Tadeo Lozano (UJTL) fue posible grabar en estudio tres (3) episodios. La Agencia Cultural Vulpes Clan se hizo cargo de las tareas de postproducción y distribución.

Las temáticas abordadas en esta serie piloto de podcast conversacional fueron: Paz total; Arte, Paz y DDHH; Derecho a la ciudad.²⁵ Los contenidos se encuentran disponibles en las plataformas de distribución priorizadas. Se hizo la respectiva visibilización de estos contenidos en las cuentas de Instagram, Twitter y Facebook de “Caceroliando”. Cada episodio tuvo una duración promedio de 45 minutos.²⁶

10.2.2. ENTREVISTA A MARTÍN CRUZ VEGA

En el marco del [Festival De La 24 Pa'bajo](#) (mayo 2023) en asociación con el colectivo social [Mercadillos X La Paz](#) fue posible entrevistar al escritor, firmante de paz y ex miembro del Estado Mayor Central de las extintas FARC - EP, [Martín Cruz Vega](#). Conversamos sobre su obra y la importancia de contribuir al tejido de memorias alrededor del Conflicto Armado en Colombia. [Este contenido](#) se encuentra disponible en el canal de Youtube de “Caceroliando”.²⁷

10.2.3. CONVERSATORIOS

En septiembre de 2023 durante el Festival DIA PAIZ en la Universidad de Los Andes, co - gestionamos con el colectivo social [Mercadillos X La Paz](#) un conversatorio con dos firmantes de paz, la fotografa feminista, [Alexa Rochi](#) y [Martín Cruz Vega](#), escritor e integrante del Mecanismo de Monitoreo y Verificación (MM&V) en el marco del proceso de paz entre el Gobierno nacional y las FARC-EP.

²⁵ En los anexos de este documento y en el siguiente [enlace](#), el lector o lectora encontrará la ficha técnica de producción de la serie, así como, las escaletas construidas para cada episodio.

²⁶ En el siguiente [LINK](#) el lector o lectora podrá escuchar en Spotify la serie podcast realizada.

²⁷ En este [LINK](#) el lector o lectora podrá acceder a la entrevista mencionada.

En este escenario se dialogó sobre el aporte de Alexa y Martín a la construcción de memoria y paz en Colombia. Luis Franco y Yalima Morales conversaron con lxs invitadxs. Asistieron alrededor de 25 personas y se transmitió vía [streaming](#) en el perfil de Instagram de “Caceroliando”.

En diciembre de 2023 durante el Onceavo Mercadillo X La Paz que se hizo en La Casa de La Paz, Luis Franco, miembro de “Caceroliando” conversó sobre cultura de paz con Margarita Valderrama, Andrea Diaz y Luna Espeletia del colectivo artístico [Cantautoras por la paz](#). A este encuentro específico asistieron alrededor de 20 personas.

10.2.4. PILOTO LABORATORIO CREATIVO SONORO

Yalima Morales, miembro de “Caceroliando”, lideró un piloto del Laboratorio Creativo Sonoro, que consistió en una parte teórica en donde se hizo una breve introducción a los formatos de podcast, géneros de podcast y recomendaciones generales para iniciar con la creación independiente de contenidos sonoros tipo podcast.²⁸

En la parte práctica del Laboratorio, se le propuso a lxs asistentes que estructuraran en un formato de escaleta una cápsula sonora sobre un tema acordado. Posteriormente Sergio Hernandez brindó el apoyo técnico y operó el sistema de audio para la grabación de la cápsula sonora.

La actividad tuvo una duración de 3 horas y fue desarrollada en diciembre de 2023 durante el Onceavo Mercadillo X La Paz realizado en La Casa de La Paz. En esta oportunidad participaron del encuentro Laura Morales, Beat Zarro Fernandez y Leonardo Morales. El resultado sonoro del Laboratorio se encuentra disponible en las plataformas de distribución priorizadas y tiene una duración de 17 minutos.²⁹

En agosto del presente año se realizará una nueva sesión del Laboratorio Creativo Sonoro en [CASANA](#), sede de la Fundación Pastoral Manos Unidas, en el marco de la residencia artística que ofrece esta organización.

10.2.5. DISEÑO DEL PORTAFOLIO DEL PROYECTO

En el siguiente [enlace](#) el o la lectora de este documento podrá revisar el portafolio creado para el proyecto comunicacional “Caceroliando”. El mismo contiene una gráfica y estética propia y definida que contribuirá a la implementación de una estrategia de comunicación consistente en el corto, mediano y largo plazo.

10.2.6. ACTUALIZACIÓN DE LA PÁGINA WEB

En el sitio web dispuesto, el o la usuaria podrá conocer la historia del proyecto y a los miembros del equipo, así como, escuchar todos los contenidos sonoros disponibles. Si se requiere contactar directamente a la coordinación de “Caceroliando” el o la usuaria puede ser redireccionado desde el portal a las redes sociales priorizadas.

²⁸ En el anexo 19 de este documento y en el siguiente [LINK](#), se encuentra el insumo metodológico empleado para el piloto del Laboratorio Creativo Sonoro.

²⁹ En el siguiente [LINK](#) el lector o lectora podrá escuchar en Spotify el resultado de la primera sesión del Laboratorio Creativo Sonoro impulsado por “Caceroliando”.

Para visualizar el website actualizado del proyecto comunicacional “Caceroliando” se puede acceder a través del siguiente enlace: <https://www.vulpesclan.co/caceroliando>

10.2.7. NUEVAS ALIANZAS ESTABLECIDAS

Con la intención de conseguir la sostenibilidad del proyecto, entre 2023 y 2024 han sido establecidas una serie de alianzas estratégicas con organizaciones culturales, entidades educativas y colectivos sociales localizados en la ciudad de Bogotá.

Organizaciones culturales

[Agencia Cultural Vulpes Clan](#)

Desde que “Caceroliando” inició labores, esta organización se ha hecho cargo de las tareas de postproducción y distribución de los contenidos concebidos por el proyecto comunicacional. Dentro de los servicios que esta Agencia ofrece se encuentran el alquiler de equipos, la creación audiovisual y gráfica, la promoción y gestión de la comunicación, el relacionamiento y la logística durante la ejecución de eventos. Adicionalmente es de resaltar que la Agencia Cultural Vulpes Clan ha producido todas las ediciones de Mercadillos X La Paz en Bogotá.

[De la 24 pa abajo y la fundación Mil colores para mi pueblo](#)

Esta alianza de medios se estableció con el ánimo de participar de espacios cada vez más masivos donde podamos llegar a conocer más bogotanxs. En el marco del Festival fue posible entrevistar al escritor y firmante de paz Martín Cruz Vega, quien se encontraba participando como expositor en el Mercadillo X La Paz que se hizo en este Festival.

“De la 24 pa’ abajo” es un proyecto cultural gestionado por la Fundación Mil Colores para mi Pueblo, en su primera edición (mayo 2023), ofreció a la comunidad del barrio Santa Sofía en Bogotá una serie de conciertos, talleres, actividades lúdicas y culturales. También se entregaron a los habitantes del barrio nueve murales realizados por colectivos de artistas independientes.

[Colectivo social cantautoras por la paz](#)

Durante el Onceavo Mercadillo por La Paz, realizado el sábado 16 de diciembre de 2023 en la Casa de La Paz, se consiguió organizar un conversatorio con el colectivo social Cantautoras por la paz.

Esta red de artistas tiene como objetivo principal visibilizar y abrir espacios de comunicación asertiva de las mujeres en Colombia a través de la música; rescatando la composición como elemento cohesionador del proceso cultural en el país, promoviendo la música emergente y sus exponentes femeninas, en torno a generar culturas de Paz.

[Fundación Pastoral Manos Unidas](#)

Esta alianza se estableció para presentar una postulación conjunta a la convocatoria pública Crea Digital de 2023. Posteriormente en diciembre de 2023 renovamos nuestra colaboración mutua para una nueva postulación a otra convocatoria pública impulsada por

la ONG europea Tactical Tech. En marzo del presente se nos notificó como ganadores de una de las subvenciones ofrecidas por la ONG. Así que la Fundación Pastoral Manos Unidas será clave para el apoyo contable y administrativo en la elaboración y ejecución de los entregables en el marco del convenio firmado entre Tactical Tech, “Caceroliando” y aliados.³⁰

La Fundación Pastoral Manos Unidas inicia como un colectivo social y comienza a operar en la localidad de Fontibón en Bogotá desde los años ochenta. Después de una pausa retoman actividades en diciembre de 2019 en un nuevo y definitivo espacio, [CASANA](#) en el barrio Versalles, desde entonces la Fundación ha priorizado la consecución de proyectos artísticos y culturales. Entre ellos se destacan, muestras de teatro de colectivos; Talleres virtuales de formación artística en clown, títeres y teatro de sombras, dirigidos a infancias; Ferias de diseñadores independientes; Y la residencia artística: Silencios intermitentes.

[Colectivo social Mercadillos X La Paz](#)

"Caceroliando" es miembro de la red de Guardianas y Guardianes de Paz gestionada por este colectivo social. Lo que nos ha permitido como proyecto poder relacionarnos con diversos actores de paz y líderes sociales que hemos contactado para conocer sus historias, posturas y análisis de la cosa pública en Colombia.

El proyecto “Mercadillos X La Paz” se origina en el contexto de la pandemia de 2020, pretendiendo atender la situación de vulnerabilidad a la que muchos de los proyectos productivos de firmantes de paz y de víctimas del conflicto se estaban enfrentando. Gracias a una extensa red de colaboradores y colectivos afines que se sumaron a la naciente propuesta, con el transcurrir de un proceso de encuentros afortunados, traducidos en alianzas, Mercadillos X La Paz, devino en un festival autogestivo que le apuesta a la construcción de paz, a la memoria, a la solidaridad y a la reconciliación en Bogotá.

[TACTICAL TECH](#)

En abril de 2024 se firmó un convenio de colaboración con esta ONG internacional, con sede en Berlín. Tactical Tech es una organización social que crea recursos que invitan a las personas a pensar en cómo la tecnología influye en sus vidas y cambia el mundo en el que viven.

Entidades educativas

[Universidad Jorge Tadeo Lozano \(UJTL\)](#)

Se usaron los estudios de grabación de la Universidad Jorge Tadeo Lozano para la producción de la serie podcast propuesta en el marco de la fase inicial de implementación del proyecto.

[Universidad de Los Andes y Comité estudiantil de paz](#)

³⁰ En el anexo 16 de este documento y en el siguiente [enlace](#), el lector podrá encontrar información relativa al convenio firmado por Caceroliando con Tactical Tech en abril de 2024.

En septiembre de 2024 durante la jornada de [DIA PAIZ](#) en la Universidad de Los Andes, fue posible gestionar un conversatorio público con Alexa Rochi y Martín Cruz Vega.

En los anexos a este documento y en el siguiente [LINK](#), el lector o lectora podrá encontrar un esquema detallado del cronograma general que se siguió para esta fase inicial (Marzo 2023 - Abril 2024) de implementación del proyecto de comunicación “Caceroliando”.³¹

10.3. PRESUPUESTO Y PLANEACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

El equipo de trabajo de la [Agencia Cultural Vulpes Clan](#) continuará encargándose de dirigir este proyecto de comunicación.

En los anexos el lector podrá acceder al presupuesto general del proyecto Caceroliando a ejecutar entre marzo de 2023 y abril de 2024. Se identificaron gastos en diferentes bienes y servicios para la ejecución de cada uno de los objetivos propuestos, en los que se incluye la producción creativa de una temporada de tres episodios y una entrevista para Caceroliando Podcast, la gestión de una serie de conversatorios dirigidos al público en general. Así como la ejecución de un piloto de taller de comunicación popular y nuevos medios.³²

Para conseguir los entregables de esta primera fase se requirió un total de **\$31.800.000 COP**. Como proyecto asumimos con trabajo, equipos de tecnología y en especie. **\$22.200.000 COP**. El excedente del total presupuestado (**\$9.600.000 COP**) se consiguió por medio de los aportes de aliados estratégicos, tales como: la Universidad Jorge Tadeo Lozano; la Agencia Cultural Vulpes Clan; Mercadillos X La Paz; De La 24 Pa'bajo; DIA PAIZ.

Se proyecta que para los dos años posteriores a esta primera fase del proyecto se requerirán alrededor de **\$117.773.000 COP** adicionales para desarrollar diferentes series podcast, conversaciones públicas, talleres y sesiones del Laboratorio Creativo Sonoro.³³

11. ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

Para la ejecución de los objetivos previstos para esta fase del proyecto no fue posible obtener rubros percibidos vía convocatorias públicas. Sin embargo, en julio de 2023 nos postulamos a la convocatoria Crea Digital 2023, impulsada por el MINTIC y el Ministerio de Cultura. Con una serie de video podcast transmedia sobre paz territorial, DDHH y desarrollo comunitario. Diseñada y producida por Caceroliando en asociación con la Fundación Pastoral Manos Unidas, el colectivo social Mercadillos X La Paz y la Agencia Cultural Vulpes Clan. Conseguimos pasar a una segunda etapa (Pitch ante jurado evaluador), pero desafortunadamente el proyecto propuesto no fue seleccionado.³⁴

³¹ En el anexo 4 o en este [LINK](#) puede accederse al cronograma general para esta fase inicial de implementación del proyecto.

³² En el anexo 9 de este documento y en el siguiente [LINK](#), el lector podrá acceder al presupuesto general del proyecto “Caceroliando” ejecutado entre marzo de 2023 y marzo de 2024.

³³ En el anexo 10 del presente documento y en el siguiente [LINK](#), podrá encontrarse el presupuesto general de “Caceroliando” proyectado a tres años.

³⁴ En el anexo 15 de este documento y en este [enlace](#), el lector podrá encontrar toda la información respecto de la postulación a la convocatoria Crea Digital 2023.

Entre febrero y abril de 2023 se grabaron en los estudios de audio de la UJTL tres (3) episodios de la serie concebida para Caceroliando Podcast en el marco del presente trabajo de grado. Por lo cual, se adelantaron tareas ad honorem de producción, locución, edición de sonido y gestión de las comunicaciones. Todos estos contenidos ya se encuentran disponibles en Spotify, iVoox, Google Podcast y [Youtube](#).

En el marco del [Festival De La 24 Pa'bajo](#) (mayo 2023) en asociación con el colectivo social [Mercadillos X La Paz](#) entrevistamos al escritor y firmante de paz [Martín Cruz Vega](#). En septiembre de 2023 durante el Festival DIA PAIZ en la Universidad de Los Andes, co-gestionamos con Mercadillos X La Paz un [conversatorio con dos firmantes de paz](#) (Alexa Tochi y Martín Cruz Vega). Y en diciembre de 2023 durante el Onceavo Mercadillo X La Paz que se hizo en La Casa de La Paz, desde Caceroliando lideramos un primer [Laboratorio Creativo Sonoro](#) y moderamos un [conversatorio con el colectivo artístico Cantautoras por la paz](#).³⁵

En diciembre de 2023 nos postulamos a una convocatoria ofrecida por la ONG europea Tactical Tech, en marzo del presente año se nos notificó que fuimos seleccionados como proyecto para establecer una alianza estratégica para la creación de una serie de contenidos podcast, una conversación pública y un workshop sobre “Comunicación e investigación” usando metodología del programa “*Exposing the Invisible - The Kit*”, Kit «Revelar lo invisible» en español, provisto por la ONG.³⁶ Estos insumos serán entregados a Tactical Tech (posterior al desembolso correspondiente) en agosto de 2024.

A futuro buscaremos aportes en especie para la grabación de más episodios. Y también contamos con recursos propios en materia de equipos y servicios que podemos prestar al proyecto (y a organizaciones externas).³⁷

Para el momento de elaboración del presente documento, debido a nuestra trayectoria, un cliente potencial nos ha solicitado un presupuesto por los servicios de asesoría en la ideación y conceptualización para un proyecto de serie podcast sobre salud mental. Así como por el alquiler de micrófonos profesionales para la posterior grabación de los episodios y por los servicios de postproducción que incluyen edición, mezcla y masterización de audio. Ofrecimos también una asesoría para la producción del piloto de un podcast conversacional que se encuentra en proceso de gestación. Se percibió un pequeño honorario por ello.

Las actividades de formación para la “*Escuela itinerante de comunicación popular*” en Bogotá funcionarán bajo una lógica de intercambio o trueque de servicios, pretendiendo con ello potenciar el trabajo colaborativo y en red. En este sentido, en agosto de 2024 ofreceremos en las instalaciones de la [CASANA](#) sede de la Fundación Pastoral Manos Unidas, una nueva sesión del Laboratorio Creativo Sonoro con los artistas seleccionados para el programa de residencia artística que impulsa esta organización.

³⁵ En el anexo 12 y 13 el lector podrá ver evidencia en fotos de cada una de estas actividades.

³⁶ En el anexo 16 de este documento y en [este enlace](#), el lector podrá encontrar información relativa a la postulación que se hizo a la convocatoria ofrecida por Tactical Tech en 2023 y el convenio firmado por las partes.

³⁷ En el anexo 11 de este documento el lector podrá encontrar el “[Rider Técnico](#)” disponible para la ejecución del proyecto.

Para conseguir posteriormente la gestión y ejecución de los talleres de formación en radio comunitaria y nuevos medios en territorios étnicos hemos considerado postularnos en 2024 y 2025 a diferentes convocatorias públicas. Para esto hemos identificado que las oportunidades brindadas por las siguientes organizaciones estatales y privadas son de nuestro interés: *Ministerio de Cultura de Colombia; FUGA; RTVC; ICANH; IDARTES; Google Podcasts Creator Program; Sembra Media.*

También se diseñará merchandising del proyecto para comercializar durante los eventos con boletería que lleguemos a gestionar en un futuro.

A continuación se señala en un cuadro de flujo de ingresos las fuentes de recursos que ingresaron al proyecto entre marzo de 2023 y abril de 2024. Cada uno de los montos especificados se relacionan directamente con el presupuesto diseñado para esta etapa de ejecución del proyecto "Caceroliando".

12. FUENTES DE INGRESO PARA EL PROYECTO

FUENTES DE INGRESO - CACEROLIANDO																
MARZO 2023 - MARZO 2024																
ÍTE M	FUENTES DE FINANCIACIÓN	VALOR MES 1	VALOR MES 2	VALOR MES 3	VALOR MES 4	VALOR MES 5	VALOR MES 6	VALOR MES 7	VALOR MES 8	VALOR MES 9	VALOR MES 10	VALOR MES 11	VALOR MES 12	VALOR MES 13	VALOR TOTAL	%
1	APORTE ALIADOS (UTADEO)	300,000	300,000	300,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	900,000	2.8%
2	APORTE ALIADOS (Agencia Cultural Vulpes Clan)	600,000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,000,000	2,620,000	7,220,000	22.7%
3	APORTE ALIADOS (Mercadillos X La Paz; De La 24 Pa'bajo; DIA PAIZ)	-	-	-	-	-	-	300,000	-	-	880,000	-	-	-	1,180,000	3.7%
4	PRESTACIÓN DE SERVICIOS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	300,000	-	-	-	300,000	0.9%
5	RECURSOS PROPIOS	1,916,000	2,216,000	2,216,000	3,216,000	2,266,000	1,916,000	1,270,000	916,000	916,000	1,304,000	1,916,000	916,000	1,216,000	22,200,000	69.8%
	TOTAL	2,816,000	2,516,000	2,516,000	3,216,000	2,266,000	1,916,000	1,570,000	916,000	916,000	2,484,000	1,916,000	4,916,000	3,836,000	31,800,000	100.0%

13. CONCLUSIONES

“Caceroliando” hoy es un proyecto comunicacional de izquierdas que busca contribuir a la dinamización del diálogo social en Colombia a través de la creación de contenidos podcast y videopodcast, de conversaciones públicas y de actividades de formación. El proyecto fue concebido originalmente por un grupo de bogotanos que observaban y querían registrar los eventos del estallido social, años previos al triunfo del gobierno de Gustavo Petro en el país. Posteriormente como colectivo reflexionamos sobre las elecciones de 2022 que a nuestro juicio marcaron el inicio de una transición democrática en Colombia y el declive del Uribismo. Y en 2023 los temas que priorizamos fueron relativos a la paz como valor común de una sociedad, futuro deseable y derecho social.

En “Caceroliando” nos interesa conversar con gente clave y relevante para la realidad nacional, creamos contenidos de calidad, fáciles de entender que puedan servir como herramienta para cultivar el pensamiento crítico.

Para esta fase inicial del proyecto se elaboraron, [tres \(3\) episodios de podcast](#), una [entrevista](#) en video y se produjeron tres (3) [videos editoriales](#) sobre el resultado de las elecciones al congreso de 2023. Se gestionaron [dos conversatorios públicos](#) con firmantes de paz y mujeres artistas independientes en eventos aliados. Y se llevó a cabo la primera sesión presencial de un [Laboratorio Creativo Sonoro](#), de esta actividad se obtuvo como producto final un contenido podcast. Para la visibilización de cada uno de estos contenidos producidos se implementó una estrategia de distribución en redes sociales y plataformas de reproducción sonora y audiovisual priorizadas.³⁸

También se diseñó un [portafolio](#) sobre el proyecto comunicacional “Caceroliando”, y se editó una [video memoria](#) de todo el proceso. Estos dos últimos insumos son clave para la búsqueda de nuevas alianzas estratégicas.

Posterior a la culminación de la fase inicial del proyecto, se procederá a elaborar una serie de contenidos podcast con un enfoque pedagógico, una conversación pública y un workshop sobre “Comunicación e investigación” usando metodología del programa [“Exposing the Invisible - The Kit”, Kit «Revelar lo invisible» en español](#), provisto por la ONG Tactical Tech. Dichos insumos serán entregados a esta ONG alemana en agosto de 2024 en el marco de un convenio de colaboración suscrito con ellos.³⁹

A lo largo del diseño y posterior implementación de la fase inicial del proyecto, hemos podido identificar el potencial que *“La Escuela itinerante de comunicación popular”* representa para “Caceroliando” como proyecto. Ya que por medio de las actividades a impulsar será posible conectar con más creadores independientes y posibles nuevos públicos. Hacer gestiones alrededor de acciones pedagógicas nos brinda la posibilidad de

³⁸ En el anexo 14 el lector o lectora podrá encontrar evidencia de la implementación y alcance de la estrategia de comunicación diseñada para esta fase inicial del proyecto.

³⁹ En el marco de este convenio de colaboración, también serán entrevistados los líderes de tres proyectos que son miembros de la red de Guardianas y Guardianes de Paz gestionada por el colectivo social Mercadillos X La Paz: [Memorias Colombia](#); [Biblioteca Musical de La Paz](#); y [Xilotropico](#).

conseguir alianzas más amplias, lo que afectará positivamente la sostenibilidad de “Caceroliando”.

En agosto del presente se realizarán dos nuevas sesiones del Laboratorio Creativo Sonoro, la primera de ellas en CASANA, sede de la Fundación Pastoral Manos Unidas. Y la segunda sesión del Laboratorio probablemente será en el Museo de Bogotá, ubicado en el centro de la ciudad. Nos emociona consolidar una red amplia interesada en entender cosas, pensar y contar historias.

Para las próximas fases de implementación estamos interesados en seguir haciendo conversaciones públicas y nos ilusiona en el corto plazo conseguir realizar episodios en vivo con público. En el largo plazo nos visualizamos con un proyecto comunicacional que por medio del cruce de diferentes formatos de producción ofrezca contenidos contraculturales hechos por comunicadores independientes y por comunidades étnicas.

Como colectivo comunicacional independiente consideramos que es imperativo que se dialogue sobre la importancia de una Ley de medios en Colombia. Una Ley que sirva para potenciar los medios públicos, que financie iniciativas comunitarias y que también permita la existencia de canales de comunicación privados. Hoy desafortunadamente el escenario de medios está concentrado y se encuentra en manos del mercado, esto debe cambiar si en realidad se desea avanzar en la transición a una sociedad que busca la paz con justicia social y que tiene como horizonte deseable la profundización de derechos sociales, fortalecer el sistema democrático y el imperio de la Ley.

Gracias por atender el llamado de la cacerola. Sabemos que somos más quienes añoramos una sociedad donde haya un futuro posible para todos.

14. ANEXOS

Los anexos enlistados a continuación complementan y respaldan la información y los resultados expuestos para esta fase inicial en el proyecto comunicacional “Caceroliando”, ya que proporcionan un contexto más detallado y amplio sobre las diferentes acciones llevadas a cabo. Estos anexos son claves para brindar una visión integral de las actividades desarrolladas en el marco de la implementación de los objetivos específicos formulados para esta fase del proyecto.

1. En el cuadro se enlistan el reporte de los podcast más escuchados en Colombia a Mayo 2024. Fuente: [Chartable](#).
2. [Canvas del proyecto](#) comunicacional CACEROLIANDO. Fuente: Elaboración propia.
3. [ADN del proyecto](#) comunicacional CACEROLIANDO. Fuente: Elaboración propia.
4. [Cronograma general](#) del proyecto CACEROLIANDO. Fuente: Elaboración propia.
5. [Ficha técnica](#) de producción de la serie podcast producida.
6. [Escaleta](#) elaborada para la producción del Episodio 21.
7. [Escaleta](#) elaborada para la producción del Episodio 22.
8. [Escaleta](#) elaborada para la producción del Episodio 23.
9. [Presupuesto general](#) del proyecto CACEROLIANDO. Fuente: Elaboración propia.
10. [Proyección presupuestal](#) a tres años del proyecto CACEROLIANDO. Fuente: Elaboración propia.
11. [Rider Técnico](#). Fuente: Elaboración propia.
12. Evidencia en [fotos](#) del Laboratorio Creativo Sonoro. Y pieza gráfica de la actividad para difusión. También se editó un video resumen que da cuenta del encuentro.
13. Evidencia en [fotos](#) de los conversatorios realizados en septiembre y diciembre de 2023. Y pieza gráfica de la actividad para difusión. También se editó un video resumen que da cuenta del encuentro.
14. [Reporte de gestión](#) en el que se evidencia la implementación y el alcance de la estrategia de comunicación aplicada para la fase inicial del proyecto.
15. **SOPORTE DE IMPLEMENTACIÓN:** [Postulación a la convocatoria Crea Digital 2023](#).
16. **SOPORTE DE IMPLEMENTACIÓN:** [Convenio de colaboración firmado con la ONG alemana Tactical Tech, 2023](#).
17. [Portafolio de servicios](#). Fuente: Elaboración propia.
18. [Video](#) memoria de las actividades presenciales realizadas en el marco de la implementación de la fase inicial del proyecto.
19. [Insumo metodológico](#) para el Laboratorio Creativo Sonoro.

BIBLIOGRAFÍA

- Castells, Manuel. La era de la información. Economía, sociedad y cultura Vol. 1. México. Ed. Siglo XXI. 1996.
- De Sousa Santos, Boaventura. Descolonizar la Universidad: el desafío de la justicia cognitiva global. 1a ed. CABA: CLACSO, 2021.
- "De la mano de Alice". Video documental dirigido por Raquel Freire. 2018.
- Buena vida, buen vivir. Imaginarios alternativos para el bien común de la humanidad. CABA: CLACSO, 2014.
- Introducción a las epistemologías del sur. Boaventura de Sousa Santos. 2011.
- Cusicanqui, Silvia Rivera. Un mundo ch'ixi es posible. 2014.
- Freire, Paulo. La educación como práctica de la libertad; Traducción de Lilien Ronzoni México: Siglo XXI Editores. 2022.
- Marti, Comas Julia y Maite Mentxaka Tena. Manual ecofeminista contra el poder corporativo. Editorial Libros en acción, 2022
- Montiel, Vega Aimée (*Coordinadora*), Comunicación y derechos humanos. UNAM, Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades: En Conferencia de la Asociación Internacional de Estudios en Comunicación Social. México. 2012
- Restrepo, Eduardo. Artilugios de la cultura: apuntes para una teoría post cultural. En Colección de cuadernos mínimos. Cultura: Centralidad, artilugios, etnografía. Asociación Colombiana de Antropología. SAMAVA EDICIONES EU. Colombia. 2019
- Tres Miradas Críticas Internacionales: *"El 'emprendedurismo' le da glamur a la precariedad"*: Boaventura de Sousa Santos. Artículo en Revista Arcadia. Escrito por Andrés Páramo Izquierdo. 2019. [Disponible en línea](#).
- Silvia Rivera Cusicanqui sobre conflicto del Estado con el pueblo mapuche: *"Hay que establecer una diálogo, pero en igualdad de condiciones"*. Artículo en Diario Universidad de Chile. Escrito por Joana Carvalho. 2022. [Disponible en línea](#).
- Feminismo poscolonial: Silvia Rivera Cusicanqui: *"Tenemos que producir pensamiento a partir de lo cotidiano"*. Artículo en El Salto Diario. Escrito por Kattalin Barber. 2019. [Disponible en línea](#).
- El rol de Colombia en la disputa por el derecho a la democracia y a la igualdad en América Latina y el Caribe en el capitalismo tardío del siglo XXI. Ramirez Gallegos Rene [et al.]: Coordinación general de Karina Batthyany; Pablo Vommaro. CLACSO, CABA. 2024

Podcast Charts

Spotify — Colombia — Top Podcasts

1		Meterse al Rancho
2		Marina Mammoliti Psicología Al Desnudo @psi.mammoliti
3		OurPodcast by Jose y Cami
4		SEMINARIO FENIX - BRIAN TRACY
5		Diego Dreyfus Te vas a morir
6		Marian Rojas Estapé Encuentra tu persona vitamina, de Marian Rojas Estapé
7		Roka Stereo DOSIS DIARIA ROKA
8		Perros Criollos Oficial
9		La No Ficción El Topo
10		te compré flores
11		Se Regalan Dudas
12		Las mujeres que aman demasiado Julieta CT
13		Dudas Media Despertando Podcast
14		Diana Uribe DianaUribe.fm
15		Confesiones con Seroz
16		Daniel Inglés desde cero
17		A Fondo Con María Jimena Duzán
18		danielhabib Daniel Habif - Inquebrantables
19		Podcast y Mente Studio Spotify Studios Entiende Tu Mente
20		Sonoro RDLN Relatos de la Noche
21		Marcela García Caballero La Joya de la Corona
22		BBC Radio 6 Minute English
23		El Locutorio Tercera vuelta
24		Sonoro Aislín Derbez LA MAGIA DEL CAOS con Aislín Derbez
25		NPR Radio Ambulante
26		Sonoro Connor Pe Listening Time
27		Vivir Sin Permiso

Podcast Charts

Apple Podcasts — Colombia — All Podcasts

1		Marina Mammoliti Psicología Al Desnudo @psi.mammoliti
2		Dudas Media Despertando Podcast
3		Diana Uribe DianaUribe.fm
4		Dudas Media Durmiendo Podcast
5		Duolingo Relatos en inglés con Duolingo
6		Roka Stereo DOSIS DIARIA ROKA
7		Se Regalan Dudas
8		danielhabib Daniel Habif - Inquebrantables
9		Diego Dreyfus Te vas a morir
10		OurDailyLives OurPodcast by Jose y Cami
11		NPR Radio Ambulante
12		BBC Radio 6 Minute English
13		Marcela García Caballero La Joya de la Corona
14		Luis Ramos Libros para Emprendedores
15		National Geographic España Curiosidades de la Historia National Geographic
16		La No Ficción El Topo
17		María José Álvarez Batín Autoestima para tu vida
18		TED TED Talks Daily
19		Motiversity Motivación Diaria por Motiversity
20		Emisor Podcasting Historia Freak, con Joaquín Barañao
21		El Locutorio La Azcárate al Oído
22		BBC Radio The English We Speak
23		Caracol Podcast La Luciérnaga
24		Marian Rojas Estapé Encuentra tu persona vitamina, de Marian Rojas Estapé
25		Caracol Podcast Peláez y De Francisco en La W
26		Roberto Rocha En terapia con Roberto Rocha
27		Wendy Naccosop 365 con Dios

CANVAS - CACEROLIANDO

ALIADOS CLAVE

- Vulpes Clan Agencia Cultural
- Marcas interesadas en producir podcast
- Comunidad de sponsors
- Red de creadorxs asociados
- Comunidad de oyentes
- Red de academicxs contactadxs
- Biblioteca Musical de la paz
- Colectivo Social Mercadillos por la paz
- Colectivo social Musicxs Segunda Linea
- Colectivo social La Vida Suena
- Colectivo Social La Otra Danza
- Algunos líderes sociales

ACTIVIDADES PRINCIPALES

Creación de contenidos podcast y video podcast

Eventos culturales: conversatorios, lectura en voz alta, talleres, música en vivo, fiestas

Minga social

RECURSOS CLAVE

- Alianzas con podcast
- Relacionamiento con espacios culturales
- Equipo de producción
- Equipo de fundraising / comercial

PROPUESTA DE VALOR

Medio de comunicación independiente con plena libertad editorial

Contenidos podcast originales de diferentes generos y formatos

Red colaborativa de creadores de podcast en castellano

Plataforma de difusión de podcast independientes en Colombia

Eventos culturales con la red colaborativa de creadores

RELACIONES CON GRUPOS DE INTERÉS O CLIENTES

Red colaborativa de creación y producción

Una comunidad de oyentes y sponsors que aporten y financien

Comunicación de ida y vuelta con la comunidad

CANALES

- Plataformas de podcast
- Plataformas de Streaming
- Youtube
- RRSS
- Boletín Electrónico
- Presencial en eventos

SEGMENTACION DEL PÚBLICO

- Creadores de podcast independientes en castellano
- Personas entre los 25 y 40 años residentes en ciudades principales de Colombia
- Estudiantes universitarios
- Intelectuales y académicos
- Sponsors Asociados

ESTRUCTURA DE COSTOS

Recursos humanos
Alquiler de salas de grabacion
Alquiler de venues para evento
Proveedores de merchandising

FLUJOS DE INGRESOS

Aporte único / periódico
Boleteria eventos presenciales
Merchandising
Producción de contenidos a pedido de marcas

CACEROLIANDO

SOMOS UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN QUE PRETENDE PROMOVER LA CREACIÓN DE CONTENIDOS PODCAST Y VIDEOPODCAST PARA DINAMIZAR EL DIÁLOGO SOCIAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE PENSAMIENTO CRÍTICO EN COLOMBIA. JUNTO CON UNA RED COLABORATIVA DE CREADORES DE CONTENIDOS PRODUCIMOS EVENTOS CULTURALES RELEVANTES PARA NUESTRA COMUNIDAD.

LA PRODUCTORA

Creación de contenidos podcast y video podcast

Apoyo a miembros de la red y sponsors asociados en la creación y producción de contenidos

Servicios de asesorías profesionales personalizadas

Aliadxs / Ingresos

-Servicios profesionales
-Alquiler de equipos

-Vulpes Clan Agencia Cultural
-Red creadorxs
-Universidades
-Colectivos sociales

LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN

-Talleres de formación en edición; guion; producción
-Master class

LABORATORIO CREATIVO SONORO
-Creación conjunta

Asesoramiento por colegas de la red

Aliadxs / ingresos

-Trueque
-Voluntariado
-Inscripción de talleres

-Red creadorxs
-Universidades
-Colectivos sociales

LA COMUNIDAD

Producción de eventos culturales presenciales y virtuales

-Streaming
-Episodios en vivo

Aliadxs / ingresos

-Aportes online - Boletería
-Merchandising

-Venues aliados
-Red colaborativa de creadorxs

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

Plataforma de difusión de proyectos asociados

Plataformas de podcast

WEBSITE

RRSS - YT - Telegram - WA

Aliadxs / ingresos

-Membresías
-Trueque
-Voluntariado
-Aportes sponsors

-Podcast aliados
-Comunidad de oyentes