

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL



Kimchi FM. La revolución de la música coreana.

Alumna: Marina Gómez Muñoz

Tutor: Valeriano Durán Manso

Septiembre 2022

ÍNDICE

1.	Identidad corporativa	2
1.1.	Qué es Kimchi FM	2
1.2.	Análisis DAFO	3
1.3.	Diseño de marca	6
2.	Parrilla	13
2.1.	Definición de programas	14
2.2.	Justificación de parrilla	22
3.	Promoción	25
3.1.	Tik Tok	25
3.2.	Instagram	29
3.3.	Twitter	33

1. IDENTIDAD CORPORATIVA

1.1. Qué es Kimchi FM

Kimchi FM es un proyecto de cadena de radio temática privada creado con la intención de ofrecer a los fans de la música coreana un lugar donde poder escuchar las mejores canciones y los últimos lanzamientos desde donde quieran.

Kimchi FM nace de la falta de estos estilos musicales en las radios españolas pues, tras analizar nuestras principales competencias (Los 40 Principales, Europa FM y MegaStar), descubrí que tanto K-pop como K-Hip Hop y K-R&B no suenan prácticamente nunca. Lo único que podemos llegar a encontrar actualmente en las radios españolas es alguna canción del famoso grupo BTS y en pocas ocasiones será cerca del lanzamiento de la canción. Como persona consumidora de estos géneros musicales, la única ventana que se le da es en el programa *Los 40 global show* de Los 40 Principales los domingos donde con suerte ponen una canción de K-pop.

Así, conociendo a nuestro target y sabiendo la importancia que le da a que sus artistas favoritos tengan presencia en los medios, Kimchi FM les ofrece un sinfín de oportunidades, además de una variedad de programas que les enseñarán sobre el país, la cultura, o cualquier tema relacionado con la industria del entretenimiento coreano.

Uno de los propósitos de Kimchi FM es conseguir que las empresas del entretenimiento coreano sean conscientes del éxito que sus productos tienen en España y lograr así que los artistas visiten nuestro país. Esto sería un punto de inflexión incluso en la propia industria pues muy pocos artistas visitan Europa en sus tours mundiales. Actualmente, la mayoría de grupos y solistas realizan tours en Estados Unidos .

1.2. Análisis DAFO

Uno de los pasos más importantes a la hora de crear una nueva empresa es analizar nuestras posibilidades para ser conscientes de la rentabilidad real de nuestro proyecto. Por eso he realizado un análisis DAFO de Kimchi FM:

A. Fortalezas:

Con esta cadena presentamos a los consumidores un producto prácticamente nuevo, llenando el vacío que existe en las cadenas de radio musicales nacionales como son Europa FM y Los 40 Principales, las cuales ofertan a sus oyentes música coreana en muy poca cantidad.

Contamos con el apoyo de la comunidad de creadores de contenidos relacionados con Corea del Sur, pues han demostrado en numerosas ocasiones la importancia que le dan a respaldarse unos a otros para poder tener mayor alcance dentro del mundo de las redes sociales.

B. Debilidades:

Al ser una cadena de radio centrada en un género musical concreto, no tenemos la ventaja de poder ser la segunda opción de personas que no están familiarizadas con este estilo musical. Es decir, si a un oyente de Los 40 Principales no le gusta una canción o un programa determinado, tiene la opción de cambiar a la competencia, como es Europa FM o MegaStar FM, pues ofrecen música muy similar. Sin embargo, si ese oyente no es seguidor del K-pop, será difícil conseguir que sintonice nuestra cadena. El tener un target muy limitado también nos obstaculiza a la hora de encontrar empresas dispuestas a publicitarse en nuestra emisora, pues no cualquier producto o servicio será bien acogido por nuestro público.

Junto a esto, nos enfrentamos a las débiles señales de la FM que se encuentran en algunas zonas.

C. Oportunidades:

En Kimchi FM hemos aprovechado el vacío que deja nuestra competencia (Los 40 Principales, Europa FM y MegaStar FM) al no incluir el K-pop en su programación musical, a pesar de ser uno de los géneros que más popularidad está ganando en los últimos años. De esta forma, gracias a nuestra emisora, el público seguidor de la industria musical coreana tiene las mismas opciones para escuchar sus canciones favoritas en la radio como cualquier otro oyente.

Al ser la primera emisora de radio tradicional centrada en el entretenimiento coreano, existe la posibilidad de colaborar con empresas coreanas de la industria musical. Esto nos ayudaría a conseguir la fidelización de los oyentes, pues mientras mayor apoyo tengamos, más colaboraciones se podrían realizar.

Para superar las débiles señales de la FM ofreceremos los contenidos en formato podcast. De esta manera, conseguimos acercarnos a aquellas personas que tienen dificultades para sintonizar nuestra emisora a través de Internet.

D. Amenazas:

En los últimos años las plataformas digitales que ofrecen música al público, como Spotify o Youtube, han ganado mucho protagonismo entre los oyentes gracias a sus servicios, los cuales consisten en ofrecer música prácticamente a la carta y de forma gratuita.

Además, hoy en día tanto España como el resto del mundo está pasando por una crisis económica bastante importante, lo que dificulta la creación de una nueva emisora de radio.

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primera radio en ofrecer una amplia programación de música coreana. - Compañerismo entre creadores sobre Corea del Sur. 	<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Target muy delimitado - No toda publicidad concuerda con nuestra emisora. - Señal débil en algunas zonas
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poca presencia del K-pop en radios musicales actuales. - Posibilidad de disfrutar de los contenidos en podcast. - Posibles colaboraciones con las industrias del entretenimiento coreano. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gran popularidad de las nuevas plataformas digitales que ofrecen música - Crisis financiera actual

1.3. Diseño

A. Inspiración

Para hablar de diseño primero debemos hablar de cuál sería nuestro referente a la hora de crear contenido, pues son personas con una imagen personal muy marcada. Así, me he centrado en personas que tengan una estética que se asocie con lo coreano: limpia y colores suaves. Con este requisito, la lista de inspiración es la siguiente:

- **우리LIFE (*urilifekorea*)**: Esta cuenta de Instagram y Tik Tok se centra en mostrar la vida coreana y representa lo que hemos nombrado antes como la estética coreana o “*aesthetic*” coreano. La utilización de colores pastel y la manera en la que enseña a sus seguidores es algo que podemos adaptar a las redes sociales de nuestra cadena, especialmente para el programa Corea con C, que trata precisamente de educar a los oyentes sobre el país. De hecho, contamos con la participación de las creadoras de este perfil en algunos de los programas.
- **Nolae (*nolae.de*)**: Originalmente es la red social de una tienda de K-pop pero sus vídeos para Tik Tok han triunfado entre la comunidad. Son divertidos y dinámicos, además realizan numerosos *trends* relacionados con la música coreana que hacen enganchar al público. Por ello, para llamar la atención de nuestro target es una de las mejores estrategias el inspirarnos en ellos para crear contenidos. Además, su cuenta de Instagram refleja perfectamente nuestra intención de qué queremos crear en nuestro perfil. Tanto la estética como los contenidos son un claro ejemplo de lo que le interesaría al público ver.
- **Corea la Buena (*labuenacorea*)**: Este perfil de redes pertenece al podcast del mismo nombre creado por Jen Herranz y Nhoa Lee. La base principal de estas chicas para inspirarnos es su cuenta de Tik Tok (aunque también valdrían los Reels de Instagram) por la forma en la que promocionan los programas del

podcast. Es precisamente el tipo de contenido que se busca crear en Kimchi FM para dar a conocer nuestros programas no musicales.

- **Topik Magazine (*topik.magazine*):** Esta revista digital informa a sus seguidores de las últimas noticias que suceden en el mundo del entretenimiento y sociedad coreana. Las formas que emplean desde este perfil para transmitir lo que ocurre en el país en cada momento me ha llevado a usarla como una de las fuentes de inspiración para nuestro perfil de instagram.
- **That's The Queso (*Thatsthequeso7*):** A pesar de estar inactiva en la actualidad, esta cuenta me ha inspirado especialmente por su forma de crear contenido de entretenimiento relacionado con la industria del K-pop, como es enseñar a sus seguidores qué idols pertenecen a cada signo del zodiaco o hacer recopilatorios de algún dato curioso que afecte a la industria. Así, en Kimchi FM se extendería a toda la industria del entretenimiento coreano, teniendo secciones como “Top 5 series de *x actor*” o “Canciones que no debes perderte de *x grupo/artista*”.
- **Alicia (*evilwearsalice*):** Esta chica ha crecido en redes sociales a base de hacer contenido y vídeos de humor sobre la industria del entretenimiento coreano y sobre cosas que ella misma aprende en sus clases de coreano. Por ello, su humor y la forma en la que consigue llegar al público nos ha gustado a la hora de crear contenido principalmente para la red social de Tik Tok.
- **KFC(*KFC_ES*):** Aunque pueda sonar extraño, la cuenta de Twitter de KFC es una de las principales referencias para esta red social, pues, a pesar de que su función es promocionar su comida, es muy reconocida en la plataforma por crear memes. Como sabemos, Twitter funciona muy diferente al resto de redes sociales. y, por eso la meta de Kimchi FM para estar presente en esta red social es crear memes sobre el entretenimiento coreano.

B. Logo

Para el diseño del logo tenía claro desde que elegí el nombre Kimchi FM para la cadena, que debía representar de alguna manera el picante de esta famosa comida coreana en nuestra imagen de marca. Por ello, desde los primeros bocetos jugué con la incorporación del fuego.



Boceto logo 1.

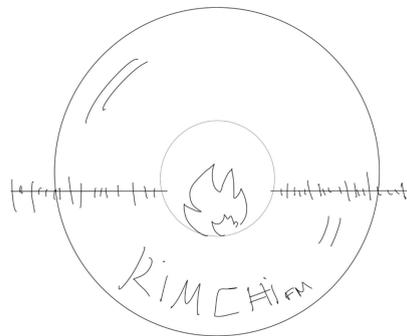


Boceto logo 2.

El principal problema con estos prototipos era la inconexión con la temática de la cadena. A pesar de que sí se incorporó el fuego como estaba planeado originalmente, a nivel visual no se interpretaba como una cadena musical relacionada con la música coreana. Así, pasé a bocetar logos que tuviesen mayor concordancia con lo que representa Kimchi FM.



Boceto logo 3.



Boceto logo 4.

Estos dos bocetos no terminaban de estar mal, pues reflejaban que se trataba de una cadena de radio. Sin embargo, acabé optando por relacionar el logo de Kimchi FM con el tipo de música que va a sonar en nuestra cadena. Así, el boceto del logo final es el siguiente:



Boceto logo final.

Con este diseño se ha conseguido conectar con la cultura coreana a través de la tipografía empleada, pues se ha aprovechado la similitud visual de algunos de los caracteres del Hangul¹ con letras de nuestro propio abecedario, quedando así:



La última “i” de la palabra kimchi se ha sustituido por uno de los elementos más característicos de la industria del K-pop: el *lightstick*². Así, relacionamos de manera directa nuestro logotipo con el género de música que le ofrecemos nuestros oyentes. Además, como pequeño detalle, se ha incluido “김치”, la palabra coreana para kimchi.

C. Paleta de colores

Para crear la paleta de colores con la que se representará Kimchi FM me he basado en lo que denominamos anteriormente como el “*aesthetic*” coreano, marcado por los colores pasteles. Esta estética me llevó al estilo de diseño de interiores *Danish Pastel*, que, a pesar de tener origen danés, muestra muy bien la estética que llevará nuestra cadena.

¹ Alfabeto nativo coreano

² Traducido al español: palo de luz. Aunque su función principal es dar luz durante los conciertos, en la práctica actúa como un símbolo que caracteriza a cada artista y a sus fans.



Danish Pastel 1.
Fuente: Pinterest
@its_mary3



Danish Pastel 2.
Fuente: Pinterest
@CoconutPastel

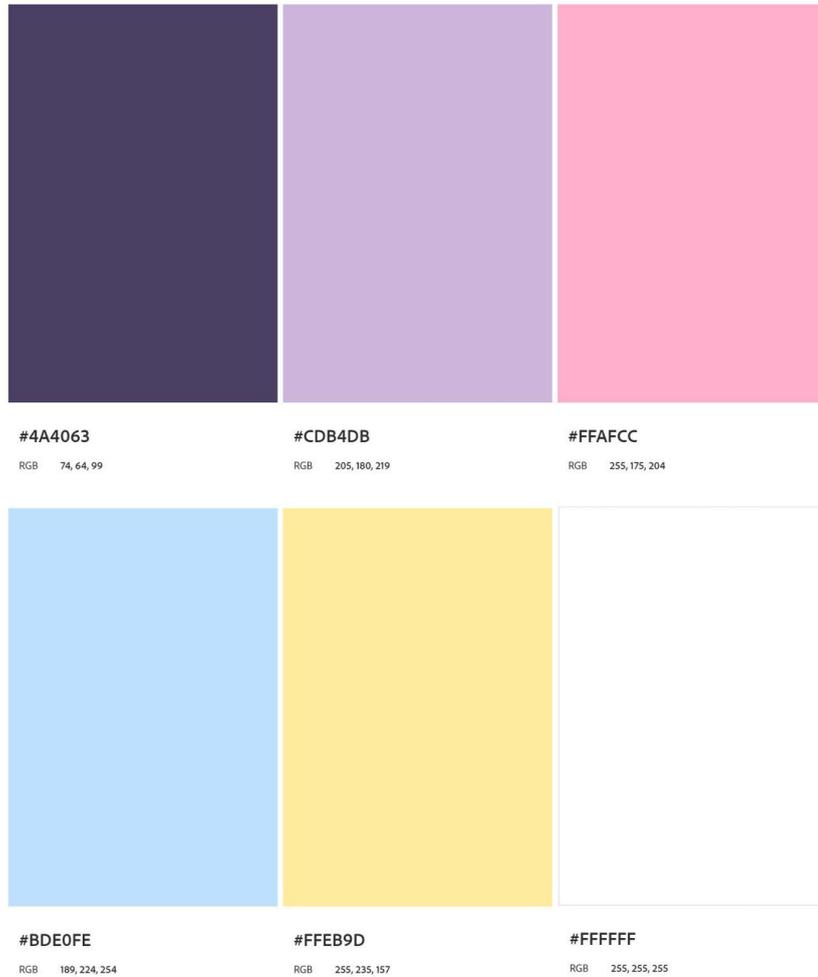


Danish Pastel 3.
Fuente: Pinterest
@johanavasgutierrezd



Danish Pastel 4.
Fuente: Pinterest
@Fresacream

Los colores empleados en esta tendencia de decoración y como se combinan entre sí es lo que me ha inspirado a crear la siguiente paleta de colores:



Paleta de colores.

De esta manera, si añadimos la paleta creada al boceto del logo, el resultado final es el siguiente:



Logo final a color.

2. PARRILLA

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
24-1	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Korean Rhythm	Korean Rhythm
1-2							
2-3							
3-4	Soft-K	Soft-K	Soft-K	Soft-K	Soft-K	Soft-K	Soft-K
4-5							
5-6							
6-7	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos
7-8							
8-9							
9-10							
10-11	¡Ppali Ppali!	¡Ppali Ppali!	Kimchi Éxitos				
11-12							
12-13	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	aKtualidad
13-14							
14-15	Seamos Dramáticos	Seamos Dramáticos	Seamos Dramáticos	Seamos Dramáticos	Seamos Dramáticos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos
15-16							
16-17	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos
17-18							
18-19							
19-20	Corea con C	Todos Chingus	Todos Chingus				
20-21							
21-22	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos	Kimchi Éxitos
22-23							
23-24	Korean Rhythm	Korean Rhythm	Korean Rhythm	Korean Rhythm	Korean Rhythm	Korean Rhythm	Korean Rhythm
24-1							

2.1. Definición de programas

Kimchi Éxitos

Kimchi Éxitos es el programa de mayor duración de la cadena. Con el género musical abarca una media total de once horas diarias. Podríamos considerarlo el programa base de la cadena pues, repartido en diferentes tramos horarios, con diferentes dj's que se reparten a lo largo de las varias veces que tiene lugar el programa al día, es decir, en la programación planteada de lunes a viernes, un primer dj estará de 11:00 a 13:00; otro dj presentará el programa de 15:00 a 19:00; y por último un tercer dj se ocupará de la música de 00:00 a 3:00. De esta manera, dejaremos los programas planeados a las 06:00 y a las 21:00 con libre reproducción de la música, sin un dj intermediario ya que su duración es únicamente de una hora.

Para crear este espacio nos hemos fijado en la parrilla de nuestra principal competencia. Así, compartiremos estilo de programa con *Los 40* (Los 40 Principales) y *Fórmula Europa FM* (Europa FM). Consiste esencialmente en la reproducción de música coreana que incluye el K-pop, K-R&B y K-Hip Hop, casi siempre con un dj presentador que guiará el programa, reproduciendo las diferentes peticiones que los oyentes nos comparten en redes y comentando algunas de las noticias del mundo de la música coreana que han salido ese mismo día.

Soft-K

Al igual que el anterior programa, *Soft-K* es un programa de género musical. En esta ocasión, se centra en el K-R&B, una música más suave y relajada, perfecta para el horario de madrugada en el que lo tenemos programado: De lunes a viernes se mantiene de 03:00 a 06:00, pero sábados y domingos se retrasa a las 04:00, recortando su duración a dos horas para poder mantener un ambiente más activo los fines de semana. En esta ocasión no contaremos con dj pues una persona comentando los temas solo rompería la atmósfera calmada que se pretende construir con *Soft-K* para nuestros oyentes.

En esta ocasión, nuestra referencia se encuentra únicamente en Europa FM con el programa *Chill Out* que tiene la cadena los sábados de 04:00 a 06:00. Sin embargo, en Kimchi FM la periodicidad es diaria ya que pretendemos que nuestro público encuentre en este programa un lugar de tranquilidad en el que puedan sumergirse cuando les cueste conciliar el sueño o cuando deban estar despiertos en la madrugada.

Korean Rhythm

Korean Rhythm es un programa centrado en la música urbana coreana, conocida como K-Hip Hop. Al igual que los dos programas musicales anteriores contará con un dj que reproduzca las canciones y aporte un ánimo un poco más “fiestero”, que es lo que se intenta conseguir al programar *Korean Rhythm* por la noche. De lunes a viernes únicamente serán dos horas de K-Hip Hop (de 22:00 a 00:00), pero el fin de semana se alarga la duración ya que se asume que los sábados y los domingos nuestro público prefiere mantener el ambiente de fiesta más tiempo. Así, a los sábados y domingos se suma la programación de 00:00 a 04:00, pudiéndose considerar una extensión de las dos horas del día anterior, proporcionando una noche de ambiente animado para que nuestros oyentes puedan disfrutar.

La principal referencia para poder ofrecer este espacio ha sido *Europa Baila* de Europa FM, con la diferencia de que este solo aparece en la parrilla de nuestra competencia los sábados; mientras nosotros le hemos otorgado una periodicidad diaria para que esta música más “fiestera” pueda ser disfrutada todos los días, ofreciendo un buen sabor de boca para cerrar la jornada.

Seamos Dramáticos

Con este programa dejamos el género musical y pasamos al magazine en el que dos presentadores comentarán diferentes aspectos de las series asiáticas. Para poder tener un contenido más consistente, no se centrará en exclusiva en el audiovisual coreano, sino que también se hablará de contenidos bastante consumidos por personas que le gustan los K-dramas, como las famosas series BL tailandesas que están arrasando por el mundo, o el anime, que tiene una cantidad de seguidores bastante importante. Además, cualquier escándalo o noticia que esté relacionada con las celebridades coreanas serán tratados en el programa, manteniendo a los oyentes actualizados.

La principal referencia para crear este espacio la he tenido que buscar fuera de las radios convencionales, ya que trata un tema bastante específico como son las series. Por ello, he seleccionado los podcast Fuera de Serie y El Aftershow como inspiración ya que se centran en comentar las diferentes series que los presentadores de ambos shows han consumido.

Cuando digo que el programa tratará de comentar diferentes aspectos de las series no significa hablar durante toda la duración del programa una de serie en concreto, ya que la intención es incitar a los oyentes a consumir ese contenido y comentarlo con los presentadores a través de redes. En ningún momento se pretende hacer spoilers de lo que pasa. Si en algún momento hay alguna serie que ha ganado mucha fama desde su estreno, como es el caso de *Business proposal*, será comentada pero siempre evitando dar información de como avanza la trama.

Con una periodicidad diaria de lunes a viernes, *Seamos Dramáticos* cuenta con dos horas en las que pretende enseñar diferentes datos curiosos a los oyentes que ocurren en el audiovisual asiático. Por ejemplo, uno de los programas puede estar dedicado a tratar la evolución de contacto físico entre parejas que podemos encontrar en un K-drama, explicando que en la sociedad coreana no es común dar abrazos o besos hasta una etapa avanzada de la relación.

Corea con C

Pasando a los magazine, *Corea con C* es un programa creado con la intención de enseñar a los oyentes el funcionamiento de la sociedad coreana, datos importantes del país, un poco de historia, y alguna que otra curiosidad. Actualmente, existen dos podcast que comparten propósito con nosotros y por lo cual se han convertido en nuestras referencias: *Corea para principiantes*, que se centra en una correcta enseñanza de todo lo relacionado con el país; y *Corea la Buena*, actualmente en pausa, quienes desde el humor cuentan lo más importante de la sociedad coreana, sus experiencias viajando allí y lo que deberías saber si pretendes viajar al país. Aunque nuestro programa se asemeja más al segundo por el toque de humor que le añaden, en la parte de intención de enseñar a nuestro público sin romantizar ni idealizar el país me inspira *Corea para principiantes*.

Con dos horas diarias de lunes a viernes, nuestros oyentes tienen una cita a las 19:00 con *Corea con C* que pretende que la cultura coreana sea entendida y adaptada, para evitar las apropiaciones culturales, y la aparición de *Koreaboos*³, enseñando tanto el lado bueno como el malo de su sociedad.

Además, contará con una pequeña sección en la que se enseñará una palabra o expresión coreana por día, siempre relacionada con el tema tratado durante el programa. Por ejemplo, si uno de los programas trata sobre la gastronomía coreana, la expresión que se enseñará podrá ser “한 입”, que significa “*un mordisco*”, pues se puede usar para pedirle un bocado de su comida a alguien.

³ Persona no coreana que “intenta ser” coreana, que fetichiza a los sí coreanos y rechaza su propia cultura para adoptar la coreana con la creencia de que es la mejor cultura existente.

¡Ppali Ppali!

Aunque Kimchi FM es una cadena centrada en la música coreana, a los oyentes les gusta estar informados de como se encuentra el panorama global. Por ello, al igual que nuestra competencia, tenemos un *morning show* en el que se tratan estos temas. Las referencias para crear nuestro programa son *Anda Ya* (Los 40) y *Cuerpos especiales* (Europa FM), ambos bastante reconocidos en nuestro país. “Ppali Ppali” (빨리 빨리) literalmente significa “rápido rápido”, expresión coreana para decirle a alguien que se de prisa. He elegido ese nombre para el programa ya que por las mañanas muchas personas van mal de tiempo, por eso jugamos con él “date prisa”.

Además de hablar sobre lo que está sucediendo en el mundo, se seguirá poniendo la mejor música coreana para tener animado a nuestro público. De igual manera el programa contará con diferentes secciones de entre 20 y 25 minutos en la que contaremos con colaboradores especiales para esa sección. Las secciones y los temas a tratar en ellas irán variando a lo largo de la temporada ya que depende de lo que reclame el público y lo que atraiga a mayor cantidad de oyentes en un determinado momento.

En un inicio, algunas de las secciones serán:

- Mejores dance covers que se han encontrado en Internet.
- Memes de la semana.
- Comidas raras
- Elige un outfit
- Adivina el significado de la palabra o expresión coreana

aKtualidad

A pesar de que durante la semana los compañeros irán comentando las diferentes noticias que han sucedido en el mundo del K-pop, desde Kimchi FM ofrecemos un recopilatorio de las más importantes para que nadie se pierda ningún detalle de lo que está ocurriendo en la industria. Además, se intercalarán con las noticias algunas de las mejores canciones del momento.

Con dos horas por delante los presentadores de *aKtualidad* darán su más sincera opinión sobre los *comebacks* que han tenido lugar esa semana y, si hay más de uno, se crearán encuestas en redes para que los oyentes elijan su favorito, coronándose como el Comeback de la semana. De esta manera, se involucra a los oyentes mediante su participación.

Con la intención de que mayor cantidad de oyentes nos sintonicen, se ha elegido las 12:00 como el horario más adecuado, pues las personas ya están despiertas y activas cuando este comience. Conociendo nuestro target sabemos que la interacción con este programa será bastante alta ya que los fans querrán darle a su grupo favorito el título de Comback de la semana.

Todos Chingus

En Kimchi FM sabemos la importancia de dar visibilidad a las personas que crean proyectos en torno a este mundo. Por ello, hemos creado un espacio de entrevistas para dar visibilidad a esas personas. Al tener una duración de dos horas, en cada programa contaremos con tres invitados a los que les ofrecemos entre 25 y 30 minutos para contarnos sus proyectos. A partir de las 19:00 cada sábado y domingo contaremos con la presencia de ilustradores, productores musicales, dj especializados en K-pop, artesanos e incluso figuras bastante conocidas por crear contenidos relacionados con este tema.

Además, cada domingo le haremos un hueco especial a las personas que se dedican a hacer dance covers, por lo que semanalmente invitaremos a un grupo o un solista que pertenezca a este mundo para que nos hable de cómo preparan las coreografías, las dificultades por las que pasan, y cómo se iniciaron en el mundo del baile.

Entre las entrevistas tendremos una pequeña pausa para poner las canciones más populares del momento, así los oyentes pueden seguir disfrutando la música a pesar de ser un programa de entrevistas.

El nombre del programa nace de la palabra coreana “친구”, romanizada como *chingu*, que significa amigo. Así, el título se traduce como *Todos amigos*, reflejando el tipo de ambiente que pretendemos crear con nuestros invitados para que se sientan cómodos.

2.2. Justificación de parrilla

Para la realización y organización de la parrilla he analizado las parrillas de la competencia (Los 40 Principales, Europa FM y MegaStar) para poder adaptarla a nuestros contenidos y así poder crearla de forma que considero es atractiva para nuestro público objetivo. La justificación la vamos a estructurar según las franjas horarias que marcan los contenidos radiofónicos

Mañanas (06-13h)

El programa que marca el bloque de las mañanas en Kimchi FM es, sin duda, *¡Ppali Ppali!*, que se emite de lunes a sábado cuatro de las siete horas que ocupa esta franja horaria. Al ser un morning show no podía programarlo en otro horario. Además que le hace la competencia directa a Anda Ya y Cuerpos especiales, con los que comparte horario. Los sábados, he decidido retrasarlo una hora para que las personas que no trabajan los fines de semana puedan disfrutar de este un poco más tarde de lo habitual.

El domingo, sin embargo, no habrá morning show y aparecerá *aKtualidad*, que está mitad en la franja de mañana y mitad en la franja de tarde. Aunque pueda sonar extraño el hecho de que esté dividido, realmente considero que es el horario perfecto ya que no obliga a estar despierto temprano pero termina antes de lo que consideramos la hora del almuerzo. El target principal de este programa, además de las personas que les cueste seguir las noticias diariamente, son los y las adolescentes, pues sabemos que son los que más se involucran cuando se trata de coronar a su grupo favorito, como ocurre en *aKtualidad* con el Comeback de la semana.

Mediodía (13-16h)

Durante esta franja solo encontramos tres programas a lo largo de toda la semana. De lunes a viernes tenemos *Seamos Dramáticos* de 13:00 a 15:00 con la intención de ser un programa que se pueda disfrutar mientras almuerzas ya que, además de la emisión radiofónica, los programas contarán con emisión en vídeo a través de Youtube y/o Twitch.

El otro programa que encontramos corresponde a la segunda hora de *aKtualidad*.

Por último, y ocupando el resto de horas que encontramos en esta franja, tenemos Kimchi Éxitos, programa de música que se emplea como base. Este no debe entenderse como un relleno por no tener programas ya que realmente este programa es el principal de la cadena. Recordemos que Kimchi FM es una cadena musical, y lo más importante es ofrecerle a nuestros oyentes buena música, que en este caso, se trata de aquella de origen coreano.

Tardes (16-20h)

En esta franja horaria, al igual que en la anterior, solo encontramos tres programas. Por un lado, tenemos a Kimchi Éxitos, sin duda el protagonista de este bloque.

Por otro lado, de lunes a viernes, encontramos *Corea con C* que, al igual que pasaba con *aKtualidad*, está repartida en dos franjas. Esto ha ocurrido debido a que, analizando los hábitos de consumo de nuestro target, conformado principalmente por estudiantes, a las 20h es cuando habrán terminado sus obligaciones y dispondrán del tiempo libre necesario para poder disfrutar nuestro programa.

Por último, compartiendo horario con *Corea con C* pero los fines de semana, encontramos *Todos Chingus*. Al ser sábado y domingo, nuestro target no tendrá necesariamente obligaciones de sus estudios hasta tan tarde como ocurre de lunes a viernes. Sin embargo, se ha mantenido el horario para que nuestros oyentes recuerden que en Kimchi FM hay programa todos los días de 19 a 21 horas.

Noche (20-24h)

Durante las cuatro horas que dura esta franja encontramos más variedad. Durante la primera hora encontramos la segunda mitad de *Corea con C* y *Todos Chingus*. La segunda hora está ocupada durante toda la semana por *Kimchi Éxitos* como transición de un magazine a *Korean Rhythm*, ya que, este último, ofrece un ambiente más animado y/o fiestero, por lo que sería extraño comenzar directamente con K-Hip Hop además de ser las 21h demasiado pronto para ese ambiente.

Madrugada (00-06h)

En esta última franja horaria, todos los programas son de género musical. Comenzamos con *Kimchi Éxitos* que, de lunes a viernes, ofrece tres horas de la música coreana más popular. Tras este comienza *Soft-K*, el cual, de lunes a viernes tiene una duración de tres horas para amenizar las noches.

Los fines de semana, sin embargo, varía un poco. Para mantener el ambiente fiestero que se crea a partir de las 22h, *Korean Rhythm* expande su programación hasta las 4 horas de la mañana. Esto provoca que *Soft-K* comience a partir de esa hora, acortando su duración a dos horas.

3. PROMOCIÓN

Para poder realizar una buena promoción en redes sociales de la cadena debemos centrarnos en nuestro público objetivo. Por ello, para comenzar a crear expectativa contaremos con personas influyentes y creadores de contenido que estén relacionados con el mundo del K-pop y la cultura coreana, como *evilwearsalice*, Esther (*gamusina75*), *urilifekorea*, Teresa Novillo, creadora de *Corea para principiantes*, y *Corea la Buena*, podcast creado por Nhoa Lee y Jen Herranz. Además, contactaremos con personas que no son conocidas por estar relacionadas con este mundo, pero sabemos han hablado de K-pop en varias ocasiones, como Julia Compton (*julia_compton*), quien ha comentado numerosas veces que es fan de el grupo surcoreano BTS

Partiendo de esta base, he analizado las diferentes redes sociales y creado una estrategia para cada una de ellas junto a un cronograma de actuación:

3.1. Tik Tok

Tik Tok es la red más fuerte con la que podemos empezar a captar la atención de nuestro target. Aunque nuestro producto sea totalmente diferente, mi principal usuario de inspiración es *nolae.de*, red social de una tienda de discos de K-pop. El formato de sus videos es muy atrayente para los amantes de este género. Subir pequeños highlights de alguno de los programas, como hacen las chicas de *Corea la Buena*, ayuda a que nuestro público sepa que el podcast está subido en Youtube y Spotify, y además provoca cierta intriga a los no seguidores, incitándoles a ver o escuchar los podcast, convirtiéndose de esta manera en un oyente más que disfruta de nuestra emisora.

Cronograma

Octubre

Al comienzo de este mes los contenidos serán lanzados a través de las redes sociales de personajes públicos ya influyentes en nuestro target, como los nombrados anteriormente, consiguiendo así generar expectación sobre Kimchi FM.

A partir del 17 de octubre comenzaremos a lanzar contenidos en nuestras propias redes sociales. Para la aplicación de Tik Tok crearemos videos cortos que presenten el concepto principal de cada programa de variedad, ya que son los que captarán más fácilmente la atención de nuestro público. Se subirá un vídeo al día para que el algoritmo de la aplicación muestre más nuestro contenido. Una vez hecha la presentación de cada programa pasaremos a la presentación de los presentadores. Cuando todos los presentadores hayan sido mostrados en las redes, continuaremos con la realización de los trends más populares del momento para conseguir viralizarse.

- Lunes 17 de octubre: Video de presentación de la cadena Kimchi FM, presentando el logo oficial.
- Martes 18 de octubre: Video de presentación de *¡Ppali Ppali!*
- Miércoles 19 de octubre: Vídeo de presentación de *Corea con C.*
- Jueves 20 de octubre: Vídeo de presentación de *aKtualidad.*
- Viernes 21 de octubre: Vídeo de presentación de *Todos Chingus.*
- Sábado 22 de octubre: Vídeo de presentación de *Seamos Dramáticos.*
- Domingo 23 de octubre: Vídeo de presentación de los presentadores de *¡Ppali Ppali!*
- Lunes 24 de octubre: Vídeo de presentación de los presentadores de *Corea con C.*
- Martes 25 de octubre: Vídeo de presentación de los presentadores de *aKtualidad.*
- Miércoles 26 de octubre: Vídeo de presentación de los presentadores de *Todos Chingus.*
- Jueves 27 de octubre: Vídeo de presentación de los presentadores de *Seamos Dramáticos.*
- Viernes 28 de octubre: Vídeo de alguno de los presentadores haciendo un *trend* de K-Pop actual en Tik Tok.
- Sábado 29 de octubre: Vídeo de alguno de los presentadores haciendo un *trend* de K-Pop actual en Tik Tok.

- Domingo 30 de octubre: Vídeo de alguno de los presentadores haciendo un *trend* de K-Pop actual en Tik Tok.
- Lunes 31 de octubre: Vídeo especial Halloween.

Noviembre

Este mes se inaugurará la cadena, por lo que a partir del día 1 de noviembre utilizaremos la aplicación para compartir los momentos más destacados de cada programa. De esta manera, conseguimos generar interés sobre lo que se ha hablado en los programas en nuestro target. Además, seguiremos grabando y compartiendo *trends* de K-pop para esta plataforma así como contenido de humor relacionado con el género.

Ejemplos de *trends*



Trend K-pop 1.
Fuente: Tik Tok
@celine.nsk026



Trend K-pop 2.
Fuente: Tik Tok
@mini_xxrla

Ejemplos de recopilación de mejores momentos



Highlights 1.
Fuente: Tik Tok
[@labuenacorea](#)



Highlights 2.
Fuente: Tik Tok
[@vodafoneyu](#)

Ejemplos de vídeos de humor



Highlights 1.
Fuente: Tik Tok
[@nolae.de](#)



Highlights 2.
Fuente: Tik Tok
[@kvisualmagazine](#)

3.2. Instagram

Para esta red social me inspiro en las principales cadenas musicales españolas como son Los 40 y Europa FM. Al igual que en Tik Tok compartiremos pequeños highlight de los programas además de ir publicando noticias que suceden en el panorama musical coreano y en su sociedad. Todo esto intentando mantener un feed siempre ordenado y visualmente bonito, siguiendo el “aesthetic” coreano. Publicaremos también pequeñas curiosidades sobre el país, su idioma y su cultura que creamos de interés para nuestros seguidores. El principal referente para un feed elaborado, con una estética cuidada, es *urilifekorea* y *topikmagazine*.

Cronograma

Octubre

Al igual que en Tik Tok, la primera mitad de octubre nos centraremos en crear *hype* de nuestra emisora a través de los perfiles de instagram de distintos creadores de contenidos.

Así, el 17 de octubre comenzará la promoción en nuestro propio perfil, comenzando por un mosaico de 3x2 del logo. Para tener todas las redes sociales organizadas de igual manera, creando un post de varias imágenes donde presentamos el programa en lugar de videos como en Tik Tok.

Como a partir del jueves 27 de octubre finalizan las publicaciones de presentación, continuaremos los cuatro días restantes del mes compartiendo curiosidades de Corea del Sur relacionadas con la festividad de Halloween.

A nivel de historias mantendremos la comunicación con nuestros seguidores a través de las diferentes herramientas que nos ofrece Instagram (cajas de preguntas, encuestas, cuestionarios, etc.), haciendo sentir al público parte de la creación de este proyecto.

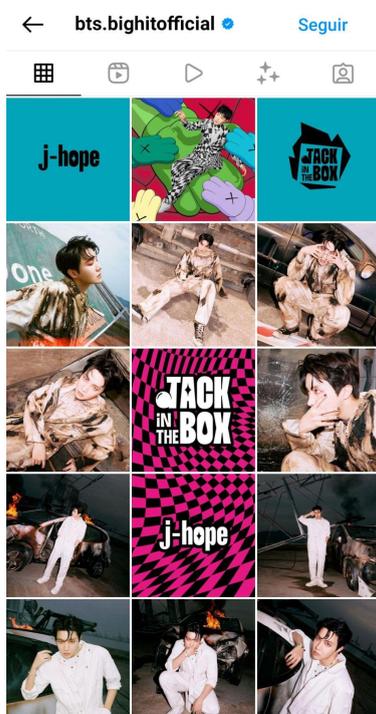
De esta manera, el calendario de planificación para la promoción en Instagram queda de la siguiente manera:

- Lunes 17 de octubre: Compartir el logo en forma de mosaico, dividido en 6 posts diferentes. El último será una publicación grupal, donde además de incluir el fragmento de mosaico, al deslizar de derecha a izquierda, aparezca la imagen del logo completo.
- Martes 18 de octubre: Post de presentación de *¡Ppali Ppali!*
- Miércoles 19 de octubre: Post de presentación de *Corea con C*.
- Jueves 20 de octubre: Post de presentación de *aKtualidad*.
- Viernes 21 de octubre: Post de presentación de *Todos Chingus*.
- Sábado 22 de octubre: Post de presentación de *Seamos Dramáticos*.
- Domingo 23 de octubre: Post de presentación de los presentadores de *¡Ppali Ppali!*
- Lunes 24 de octubre: Post de presentación de los presentadores de *Corea con C*.
- Martes 25 de octubre: Post de presentación de los presentadores de *aKtualidad*.
- Miércoles 26 de octubre: Post de presentación de los presentadores de *Todos Chingus*.
- Jueves 27 de octubre: Post de presentación de los presentadores de *Seamos Dramáticos*.
- Viernes 28 de octubre: Post sobre curiosidad de Corea del Sur relacionada con Halloween.
- Sábado 29 de octubre: Post sobre curiosidad de Corea del Sur relacionada con Halloween. Post recordando que Kimchi FM comienza el 1 de noviembre.
- Domingo 30 de octubre: Post sobre curiosidad de Corea del Sur relacionada con Halloween. Post recordando que Kimchi FM comienza el 1 de noviembre.
- Lunes 31 de octubre: Post sobre curiosidad de Corea del Sur relacionada con Halloween. Post recordando que Kimchi FM comienza el 1 de noviembre.

Noviembre

A partir del estreno de los Kimchi FM y sus programas, se publicarán Reels recopilatorios de algunos de los mejores momentos de los programas, y actualizaciones de las últimas noticias relacionada con el mundo del entretenimiento coreano y cualquier acontecimiento en el país que afecte a este. Los Reels, al igual que los *highlights* de Tik Tok, serán la señal, en esta red social, de que el podcast del programa está publicado en Youtube y Spotify. Estos no aparecerán en el *feed* principal de nuestro perfil, sino que se deberán buscar en la sección que crea la propia aplicación para que todos los mejores se encuentren fácilmente. Esto no significa que no les vayan a aparecer a nuestros seguidores en su página de inicio y nos ayuda a evitar así saturar el *feed*, además que serán compartidos en las historias para evitar que no sean vistos. Los domingos, se harán publicaciones sobre alguna curiosidad de Corea del Sur.

Ejemplos de la organización visual de los contenidos



*Referencia visual instagram 1.
Fuente: Instagram
@bts.bighitofficial*



*Referencia visual instagram 2.
Fuente: Instagram
@saythename_17*

Ejemplo de post de noticias



*Referencia post noticias 1.
Fuente: Instagram
@topik.magazina*



*Referencia post noticias 2.
Fuente: Instagram
@topik.magazina*

Ejemplos de posts de curiosidades



*Referencia post curiosidades 1.
Fuente: Instagram
@malmoicorea*



*Referencia post curiosidades 2.
Fuente: Instagram
@corea_cultura*

3.3. Twitter

El funcionamiento de Twitter es muy diferente a las dos redes sociales anteriores. En esta red social lo que más triunfa suelen ser los memes, y, por ello, nuestra cuenta consistirá en crear memes de K-pop, K-dramas, o cualquier suceso en la sociedad coreana del que podamos hacer uso para hacer reír a la gente. Además, se compartirán los enlaces a los podcast una vez los programas hayan acabado.

Cronograma

Octubre

Nuevamente, nuestro método de promoción para los primeros 16 días de octubre es a través de personajes ya influyentes en nuestro target. Así, comenzamos el cronograma a partir del 17 de octubre.

De igual manera que en las redes sociales anteriores, se seguirá el calendario de presentación de los programas y sus presentadores. Sin embargo, durante estas semanas no nos reduciremos únicamente a estos contenidos. Para poder visualizarnos en twitter debemos crear memes que atraigan a nuestro público, haciendo humor relacionado con la industria del entretenimiento coreano. La publicación de estos tweets de humor no será de manera regular, sino que dependiendo del día serán más o menos, pero lo ideal es mínimo interactuar una vez al día con la aplicación, sin contar las presentaciones.

Dicho esto, el calendario no variará mucho de los dos anteriores. La única diferencia es el no tener un contenido determinado preparado desde el viernes 28 al lunes 31 además de los recordatorios de la inauguración de Kimchi FM, pues los contenidos que crean en Twitter es recomendable plantearlos prácticamente el mismo día, aprovechando los temas virales de ese momento.

- Lunes 17 de octubre: Tweet con el logo de Kimchi FM

- Martes 18 de octubre: Tweet de presentación de *¡Ppali Ppali!*
- Miércoles 19 de octubre: Tweet de presentación de *Corea con C.*
- Jueves 20 de octubre: Tweet de presentación de *aKtualidad.*
- Viernes 21 de octubre: Tweet de presentación de *Todos Chingus.*
- Sábado 22 de octubre: Tweet de presentación de *Seamos Dramáticos.*
- Domingo 23 de octubre: Tweet de presentación de los presentadores de *¡Ppali Ppali!*
- Lunes 24 de octubre: Tweet de presentación de los presentadores de *Corea con C.*
- Martes 25 de octubre: Tweet de presentación de los presentadores de *aKtualidad.*
- Miércoles 26 de octubre: Tweet de presentación de los presentadores de *Todos Chingus.*
- Jueves 27 de octubre: Tweet de presentación de los presentadores de *Seamos Dramáticos.*
- Viernes 28 de octubre: Tweet recordatorio que el 1 de noviembre comienza Kimchi FM.
- Lunes 31 de octubre: Tweet recordatorio que el 1 de noviembre comienza Kimchi FM.

Noviembre

Junto con el estreno de Kimchi FM, los contenidos en Twitter cambiarán. Cuando los podcast de los programas en directo sean subidos a plataformas como Youtube y Spotify, será comunicado mediante esta red social, pero los contenidos en su mayoría se centrarán en interactuar con los seguidores y compartir los contenidos que les puedan interesar.

Ejemplos de memes de K-pop



Referencia memes 1.
Fuente: Twitter
@nolae.de

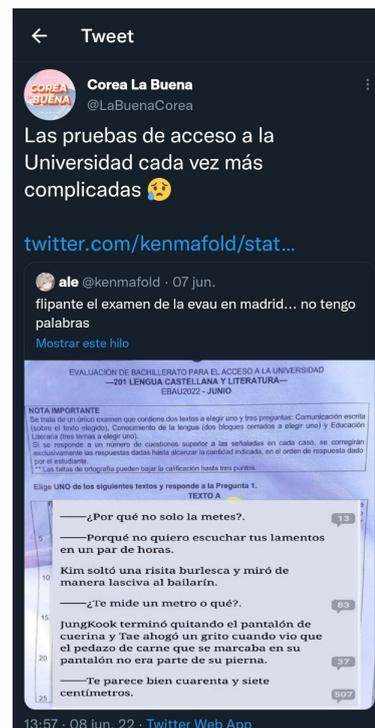


Referencia memes 2.
Fuente: Twitter
@nolae.de

Ejemplos de tweets de humor



Referencia tweets 1.
Fuente: Twitter
@KFC_ES



Referencia tweets 2.
Fuente: Twitter
@LABuenaCorea