

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN GENERACIÓN DE
CONTENIDOS WEB EN 18-50 TELEVISIÓN, JUNIO - AGOSTO 2015."**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

DENISE PIMENTEL VASQUEZ

CARNET 10844-10

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2015
CAMPUS CENTRAL

UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR
FACULTAD DE HUMANIDADES
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN GENERACIÓN DE
CONTENIDOS WEB EN 18-50 TELEVISIÓN, JUNIO - AGOSTO 2015."**
SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
DENISE PIMENTEL VASQUEZ

PREVIO A CONFERÍRSELE
EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2015
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. EDUARDO VALDES BARRIA, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÉNDEZ GONZÁLEZ DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÓN UNIVERSITARIA: P. JULIO ENRIQUE MOREIRA CHAVARRÍA, S. J.
VICERRECTOR ADMINISTRATIVO: LIC. ARIEL RIVERA IRÍAS
SECRETARIA GENERAL: LIC. FABIOLA DE LA LUZ PADILLA BELTRANENA DE LORENZANA

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

DECANA: MGTR. MARIA HILDA CABALLEROS ALVARADO DE MAZARIEGOS
VICEDECANO: MGTR. HOSY BENJAMER OROZCO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: MGTR. NANCY AVENDAÑO MASELLI

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. JUAN FRANCISCO ROMERO MARTÍNEZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

MGTR. ROBERTO LIAO VASQUEZ

Guatemala, 19 de noviembre de 2015

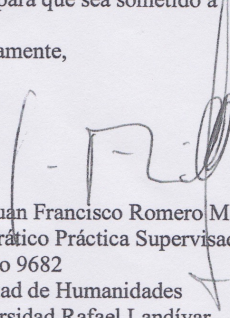
Señores
Consejo Facultad Humanidades
Departamento de Comunicación
Universidad Rafael Landívar

Estimados Señores

Reciban un cordial saludo, acompañado del deseo que todo marche bien. Por este medio me permito presentar el trabajo final del Proyecto de Grado **“Reflexión de la experiencia de práctica profesional en generación de contenidos web en 18-50 Televisión, junio-agosto 2015”** de la alumna **Denise Pimentel Vásquez** que se identifica con el carnet número *10844-10*.

A mi criterio este trabajo cumple con los lineamientos establecidos por la Facultad de Humanidades, por lo que doy el aval correspondiente para que sea sometido a **“Revisión Final”**.

Atentamente,



Lic. Juan Francisco Romero Martínez
Catedrático Práctica Supervisada
Código 9682
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 051094-2015

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Sistematización de Práctica Profesional de la estudiante DENISE PIMENTEL VASQUEZ, Carnet 10844-10 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 05504-2015 de fecha 4 de diciembre de 2015, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN GENERACIÓN DE CONTENIDOS WEB EN 18-50 TELEVISIÓN, JUNIO - AGOSTO 2015."

Previo a conferírsele el título y grado académico de LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 7 días del mes de diciembre del año 2015.



Irene Ruiz Godoy

MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY, SECRETARIA
HUMANIDADES
Universidad Rafael Landívar

Índice

Resumen	2
I. Contextualización	3
1.1 Historia y datos Básicos	3
1.2 Estructura organizativa	4
1.3 Características principales de la institución	5
1.4 Características del departamento	5
1.5 Situación de la empresa en Guatemala	6
1.6 Contexto nacional e internacional del área de trabajo	6
II. Plan de Práctica	7
2.1 Acuerdo contractual de horario	7
2.2 Descripción del departamento al que fue asignado	7
2.3 Objetivos establecidos	7
2.4 Funciones pactadas a desarrollar	8
2.5 Presentación de las modificaciones y análisis de las razones	8
III. Fundamentación Teórica	10
3.1 Elementos para realizar un proyecto audiovisual	10
3.1.2 Establecer una línea gráfica	11
3.1.2 Conocer a la audiencia	11
3.2 Etapa de Preproducción, producción y postproducción	12
3.2.1 Preproducción	12
3.2.2 Producción	13
3.2.3 Postproducción	14
3.2.4 Compresión del video	15
3.3 Redes Sociales	16
3.3.1 Plataforma Youtube	18
IV. Informe de Práctica	22
4.1 Introducción a la experiencia	22
4.1 Explicación detallada de actividades realizadas	23
4.1.1 Recopilación de información	23
4.1.2 Creación de la idea	25
4.1.3 Elaboración del discurso	27
4.1.4 Preproducción	27
4.1.5 Producción	30
4.1.6 Postproducción	31
4.1.7 Monitoreo de material publicado	33
4.1.8 Fotografías	34
4.2 Percances y Soluciones	37
V. Reflexión sobre la experiencia	38

VI. Conclusiones y Recomendaciones..... 49
VII. Bibliografía..... 54
Anexos..... 56

Resumen

En el presente trabajo se presenta la experiencia de práctica profesional realizada por la autora en el canal 1850 Televisión en el área digital por un lapso de tres meses como generadora de contenido web. En el tiempo establecido de las práctica se solicitó realizar diferentes actividades para aprender a generar contenido para la plataforma digital.

El área digital de 1850 Televisión es el medio online que agrupa el contenido e interacción de 1850 Televisión así como el sitio web. Con una audiencia propia, por el contenido e interacción. En este se integran las redes sociales como Facebook, Twitter, Instragram, Youtube y Snapchat. Esta área es importante ya que aporta contenido interactivo para la audiencia del canal, así mismo, aumenta la interacción y la comunicación de doble vía.

En el proceso de prácticas se formó parte de la creación de un concepto nuevo, el cual se planteó para generar contenido de interés político y cívico, esto debido a la coyuntura de las elecciones 2015 en Guatemala. El proyecto se denominó como #DECRETO1850 el cual consistió en producir cápsulas audiovisuales con temas de interés de la juventud. La finalidad de las cápsulas se planteó en ser un medio para que las personas jóvenes expresaran sus pensamientos y opiniones sin tener censura con intermediarios ideológicos.

En las prácticas se aprendió a crear una idea, a pre producir y producir un video para la plataforma digital, entender el funcionamiento de las redes sociales, crear y generar contenido para formar y fortalecer la interacción con la audiencia.

I. Contextualización

1.1 Historia y datos Básicos

18-50 televisión es un grupo de medios dirigido al segmento joven de 13 a 18 años y adulto joven de 19 a 28 años de la población.

18-50 televisión da inicio como proyecto en el año 2006. En este año se comienza a plantear los posibles programas, la producción y las personas que formarán parte como conductores y conductoras. En el 2007 se inicia la transmisión en una cablera local llamada *Cable Star*. En esta cable comienzan a transmitir una programación según el formato ya establecido en la televisión guatemalteca, con un programa para amas de casa en la mañana, programas de opinión en la noche y como el único programa de música para gente joven “La Descarga”.

Posteriormente se fue posicionando entre cableras pequeñas, debido al interés que tenían las personas por su contenido musical, hasta que finalmente logro incluirse y ser transmitido en las principales cable operadoras de Guatemala.

El proyecto dio inició con tres personas, Eric de León, Ana Silvia Fernández y Alejandro Contreras, los tres graduados en ingeniería. Posteriormente se integró al grupo Edgar Zamora y Jeffrey Carvajal, siendo ellos los primeros comunicadores en formar parte del equipo.

Andrea Henry fue la primera conductora joven del canal en el año 2008, marcando un precedente en el camino que tomaría 1850 televisión, además de aportar a la creación de la identidad del canal. Con su programa “La Descarga” lograron ganar diferentes premios, posicionando el programa como uno de los mejores programas en el entretenimiento Guatemalteco. Además de la conductora y figura pública Andrea Henry, han formado parte del proyecto diferentes personalidades como Emilio Ramírez, locutor de radio y conductor de televisión, Beatriz del Cid, comunicadora social, locutora de radio y conductora de televisión y Tomás Gálvez, uno de los primeros conductores del canal 1850 Televisión, siendo estas personas parte importante del crecimiento y posicionamiento de 1850 televisión.

1.2 Estructura organizativa



1.3 Características principales de la institución

La institución es un medio de comunicación enfocado al entretenimiento para jóvenes. 18-50 televisión busca ser el espacio para la juventud guatemalteca, tanto para comunicar, entretener e informar.

Con programación interactiva, comunicación de doble vía con la audiencia, se desarrollaron dos horarios destinados a las necesidades y gustos de dos segmentos de edades, así como rotación de vídeos musicales, cápsulas informativas, programas en vivo, programas pregrabados y repeticiones de todo el contenido.

La programación está al aire 24 horas, con dos horarios:

- Segmento Atareados: de 15:00 a 19:00 horas, 1850 Televisión es estimulante, dinámica, musical, y divertida. Peatón y DPLX son los programas para jóvenes de 14 a 24 años.
- Segmento Decodificados: el horario para adultos jóvenes de 25 a 35 años, con programas de contenido, opinión e información relevante. Arcadia, El After Deportivo , Con Sentido es parte de la franja de 19:00 a 23:00 horas.

1.4 Características del departamento

El área digital de 1850 Televisión surge desde los comienzos del canal en el 2007. Esta plataforma dio inicio para ser un espacio para streaming de video. Posteriormente con la innovación en la tecnología se ha incorporado e incluido en las diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y actualmente también en Snapchat, con la finalidad de crear una mayor interacción con la audiencia. En el año 2015 toma la dirección de desligar cierto contenidos de la programación de la televisión para tener contenido propio que sea adecuado para la plataforma web.

1850 Digital el medio online que agrupa el contenido e interacción de 1850 Televisión así como el sitio web. Con una audiencia propia, por el contenido e interacción, es el medio en el cual se publican las tendencias y noticias relacionadas al mundo del espectáculo, deportes, videojuegos, sexualidad, moda, y otros.

1.5 Situación de la empresa en Guatemala

En Guatemala, 18-50 Televisión es uno de los principales medios de referencia en entretenimiento dirigido a la juventud. 18-50 televisión se presenta como uno de los principales formatos para el contenido televisivo y contenido para posicionarse como uno de los principales referentes en la televisión guatemalteca.

Actualmente el canal 18-50 Televisión está asociado con el grupo de medios Emisoras Unidas con la finalidad de poder desarrollarse en los diferentes ámbitos de la comunicación como los medios escritos y radiofónico.

Entre los principales canales que se presentan como competencia para el canal 18-50 Televisión son, a nivel internacional, MTV, Telehit y VH1. En Guatemala una de las principales competencias en los programas dirigidos para jóvenes es Canal Guatevisión y Canal Antigua.

La ventaja que tiene el canal 18-50 Televisión está en presentar contenido con formatos diferentes a los establecidos, esto permite que la persona pueda elegir contenido con el cuál se identifique según su edad.

1.6 Contexto nacional e internacional del área de trabajo

Dentro de las proyecciones del proyecto a nivel nacional e internacional, se encuentra el crecimiento como medio hacia todo el país y en mediano plazo, exportar a nivel de la producción a la región centroamericana.

En el ámbito digital, se plantea realizar contenido específicamente para la plataforma digital. Crear, generar y producir videos para promoverlos en la plataforma digital del canal 18-50 Televisión, desligar el contenido que se realiza para la plataforma televisiva y crear contenido propio y hecho en función de tener mayor aceptación en la web.

II. Plan de Práctica

2.1 Acuerdo contractual de horario

Del 08 de Junio al 25 de Agosto de 9:00 AM a 5:00 PM

2.2 Descripción del departamento al que fue asignado

El área digital de 18-50 Televisión tiene a su cargo el manejo de la página web del canal, Facebook, Instagram, Twitter y Snapchat. El área digital busca crear contenido independiente al contenido de la programación de televisión. En las redes sociales se incluyen fotografías y el detrás de cámaras de alguno de los programas. En la página web se publican notas sobre temas de interés como estilo de vida, deportes, artistas, sexo y más.

2.3 Objetivos establecidos

Entre los objetivos se encuentra:

Formar a la practicante como generadora de contenido para la plataforma digital.

- Instruir con autores y blogs sobre el contenido que debe de manejar para poder generar contenido para la plataforma web.
- Involucrar en reuniones sobre la planificación del trabajo para comprender el trabajo en grupo.
- Enseñar a organizar y redactar correos electrónicos para solicitar reuniones con el equipo de trabajo.
- Instruir en la realización de una idea.
- Plantear la idea principal así como también las preguntas que deben de funcionar como guía para la realización de las capsulas.
- Instruir para que la practicante tenga liderazgo para poder llevar a cabo un proyecto nuevo.
- Enseñar a realizar un guión específicamente para la plataforma web.
- Buscar que se desenvuelva como persona en el área de trabajo y así facilitar la comunicación con las demás personas.
- Aprender a crear contenido para la plataforma digital.

2.4 Funciones pactadas a desarrollar

- Elaborar un Guideline para tener como guía para futuros proyectos web.
- Coordinar reuniones en el área de trabajo.
- Fortalecer el canal de Youtube
- Crear Estrategias para el éxito del canal de Youtube
- Crear una base de contenido como apoyo para el adecuado funcionamiento del canal de Youtube.
- Creación de contenido audiovisual específicamente para web con enfoque cívico.
- Proponer ideas para el proyecto web.
- Redactar idea para el proyecto web.
- Realizar la pre producción del proyecto web.
- Estudiar los diferentes blogs para comprender cómo realizar un proyecto web.
- Crear un documento con la información encontrada en los diferentes blogs.
- Ejecutar la idea del proyecto web.
- Ser constante con el proyecto.
- Realizar el proyecto una vez por semana.
- Consultar con el supervisor sobre los temas.
- Consultar con el supervisor sobre el proyecto terminado.

2.5 Presentación de las modificaciones y análisis de las razones

La mayoría de actividades que se plantearon originalmente en el plan de prácticas se realizaron. Pero a pesar de realizar las actividades sugeridas también se añadieron otras tareas y se disminuyeron otras.

Como primer punto se estableció elaborar un Guideline para futuros proyectos, si se realizó la búsqueda en diferentes blogs, se unificó y se ordenó la información encontrada en un documento de Word, además esta se presentó en una reunión. La información existe pero el Guideline nunca se realizó.

El trabajo que se planteó al momento de estar realizando las prácticas, fue la creación

de un nuevo concepto para la plataforma digital del canal 1850 Televisión. Este proyecto formó parte de la nueva tarea que se debía de realizar en las prácticas. El proyecto que se realizó se nombró como #DECRETO1850. Estas cápsulas se plantearon para aprender a crear un concepto desde el inicio y aprender a producir para la plataforma digital.

Al momento de realizar las cápsulas, se tuvo que hacer la mayoría de procedimientos que se necesitan para poder ejecutarla. Se hizo guión, el cual no se había especificado en un principio, también se realizaron las entrevistas para las cápsulas y por ultimo se tuvo que editar cada cápsula. Los motivos por los cuales llevaron a esta variación es que se creyó necesario que como practicante se debía aprender el proceso completo para la creación de un proyecto web. Ya que desde la creación de la idea hasta la ejecución es muy diferente a lo que se esta acostumbrado a hacer en un video para una plataforma de cine o televisión.

Paralelo a las cápsulas de #DECRETO1850 se solicitó tomar fotografías de diferentes programas como “El Show de la Henry” y “Arcadia” para promoverlas en las redes sociales del canal con la finalidad de invitar a las personas a ver el programa. Esto ultimo tampoco se contemplo en un inicio, pero se pidió apoyo para tomar las fotografías para aportar en el aprendizaje de generar contenido para el ámbito digital.

III. Fundamentación Teórica

3.1 Elementos para realizar un proyecto audiovisual

3.1.1 Planteamiento de la idea

Bourne y Burstein (2008) plantean que el mejor video para la plataforma web es en el que se crean historias y contenido que las personas quieran ver, producciones de calidad. Como primer punto resaltan que lo más importante es conocer a la audiencia, conocer las herramientas y las comunidades que pueden aportar para que el video tenga éxito y se haga notar. En las cápsulas de #DECRETO1850 se tiene claro la audiencia, siendo estos jóvenes adultos universitarios tanto sexo masculino como femenino. Añaden que producir un video para la web debe de iniciar con una gran idea, luego escribirla, definir el proyecto, para poder determinar los recursos necesarios, tanto en equipo de producción como en talento. La idea para las cápsulas se planteo por parte de los directivos del canal, posteriormente se elaboró un discurso y una serie de preguntas para poder establecer la línea del proyecto.

Comparato (2014) señala que para realizar un proyecto hace falta una idea, algo tan simple y complejo como una idea. El hombre es un ser curioso que indaga y nunca queda satisfecho, es así como evoluciona y luego plantea cuestiones para conseguir respuestas. La persona se posiciona como “creadora” y es aquí en donde se desarrolla la capacidad creativa y cómo utilizar este potencial para crear ideas. La idea es un proceso mental del fruto de la imaginación, por lo mismo, la idea surge de un proceso creativo. Añade que lo más importante al plantear una es la originalidad, presentar un estilo propio y tener identidad como marca.

El productor Brian Conley realizó un programa sobre cómo realmente es la vida en Iraq contado por las personas que viven ahí. El resultado es el aclamado programa “Alive in Baghdad” esto produjo millones de visitas, además de expandir el programa a otros países como “Alive in Mexico” . Se intentó buscar una carencia en los otros programas en los medios de Guatemala, por lo mismo, se planteó la propuesta de las cápsulas, el cual fue buscar un espacio en donde

las personas se expresaran sin tener intermediarios ideológicos que plantearán que postura tomar ante ciertos temas de relevancia como tienden a hacer algunos programas en Guatemala.

3.1.2 Establecer una línea gráfica

Carpio (2012) plantea que la estética y la armonía gráfica son factores que hay que tomar en cuenta ya que el manejo de la gráfica en los proyectos para la web tanto en ubicación, movimiento, color así como coherencia con la identidad del video, deben de ser controlados y supervisados por producción. Es fundamental crear un ambiente gráfico agradable que invite a seguir viendo los videos. Las cápsulas tienen una línea gráfica establecida, se eligió una tipografía específica, paleta de colores e íconos. Además aportó para hacer un video más dinámico y estético ya que se incluyeron palabras e íconos cuando el conductor comentaba sobre el tema. Esto se utilizó tanto en los videos finales como en la creación de material para promover las cápsulas.

3.1.2 Conocer a la audiencia

Conocer a la audiencia puede generar que el video tenga éxito o sea un fracaso, ya que si la audiencia toma en consideración que es un material que las demás personas deben de ver puede postearlo en sus redes sociales, recomendarlo o escribir sobre el mismo mencionan Bourne y Burstein (2008).

Para esto es necesario crear un plan efectivo de marketing y de distribución de video web y principalmente entender qué es lo que la audiencia esta buscando, conocer qué es lo que la audiencia quiere y necesita es la clave para generar que más gente vea el trabajo realizado. Se realizó monitoreo por cada cápsula publicada, pero no se hizo un plan estratégico para la distribución del video, se estableció hora, banners, teaser, y material para promoverlo, aunque la mayoría fue espontáneo.

Además se añade que para mantener a la audiencia y crear un lazo con la misma, es necesario crear producciones creativas, tomar riesgos, hasta lograr sorprender. El éxito de los videos para la plataforma web lo determina la audiencia y como este video enseña algo totalmente diferente a lo que se puede ver en la televisión.

Por otra parte Laney (2015) plantea que debe de iniciar con algo pequeño pero consistente y dejar que crezca naturalmente, si la estrategia no funciona hay que cambiarla y regresar a ser consistente. La atención se debe de capturar en los primeros 5 segundos, teniendo un tiempo de carga rápida, para verificar esto se pueden hacer pruebas en una computadora propia. Danyo (2013) añade que se debe decir a la audiencia exactamente qué es lo que tienen que esperar del video. Se puede agregar el hacer una pregunta, con esto se logra captar la atención y causar interés para que quieran saber la respuesta al final. Se debe de mantener contacto visual, ya que la vista dice más en poco tiempo. Por ultimo aconseja a innovar y estar cambiando, que las personas no sepan que esperar del próximo video. La atención de la audiencia es lo más importante, por lo mismo se debe de crear videos con enfoque, propósitos y claridad.

3.2 Etapa de Preproducción, producción y postproducción

3.2.1 Preproducción

En la etapa de la preproducción se debe contar con todos los elementos de la producción en el momento y lugar determinado menciona Carpio (2012). Desde un inicio se debe de contar con una asignación determinada de recursos y hay que saber distribuirlos y organizarlos de tal manera que satisfagan los requerimientos de cada una de las áreas que se deben de cubrir al momento de realizar la grabación.

Díaz y Barco (2009) plantean que en la etapa de preproducción se debe de preparar todo lo necesario para cumplir satisfactoriamente la fase posterior, la parte de la grabación. Esta etapa es fundamental, ya que si se realiza bien la preparación, la grabación será de una manera más fluida y provechosa.

En la preproducción una de las principales misiones es realizar el guión técnico, en el cual se concreta cada uno de los planos y posiciones de cámara. Esto permite visualizar a todo el equipo el resultado final que se requiere.

Además se debe de plantear el tipo de iluminación, qué colores van a predominar, si será luz fría o cálida, contrastes suaves o fuertes. También que tipo de cámara se utilizará según la grabación y sus necesidades. Por ultimo, plantear los encuadres y los movimientos de cámara, es importante establecer estos puntos ya que afecta a la estética y el significado de cada toma.

3.2.2 Producción

Carpio (2012) plantea el criterio para la producción audiovisual para web, como primer punto menciona que es necesario tomar en cuenta los sistemas operativos y el software con los que se va a trabajar, evaluar qué programas corren mejor bajo esas plataformas en función de los objetivos y públicos a los que se pretende llegar. Esto es de suma importancia, por lo mismo con las cápsulas de #DECRETO1850 se realizaron cambios, en un inicio se publicaban solo en *Youtube* pero el público comentaba que se dificultaba entrar a esta plataforma desde su celular, entonces se decidió publicarse tanto en *Youtube* como en *Facebook* para facilitar el ingreso de la audiencia. De esta manera apoyo a la accesibilidad al sistema, es más amigable e interactivo.

El video debe de tener una buena calidad, tanto en imagen como en sonido, agregan Bourne y Burstein (2008). Ya que esto capta la atención de la audiencia desde un inicio. Posteriormente a esto, se debe de encontrar una forma creativa de utilizar las imágenes para poder contar la historia y también se debe de tener en cuenta al editar, de hacerlo de una manera que capte la atención de la audiencia. Por lo mismo, al momento de grabar las cápsulas, se elegía cuidadosamente el micrófono que se utilizaría para tener un mejor audio, ya sea de solapa en donde hay menos sonido ambiente o el micrófono de bola en las situaciones que existía ruido ambiente. Añaden que en la etapa de producción se debe de tener claro que es necesario presentar ideas y perspectivas nuevas a la audiencia para que pueda funcionar. Mantener los objetivos de la producción

en mente. Un productor o productora debe de realizarse ciertas preguntas como ¿se va a tener acceso a sonido directo? ¿se podrá interferir en la iluminación? ¿Qué control se puede tener en dónde se va a grabar?. Por lo mismo, en las cápsulas, se planteaba una estrategia al grabar, por ejemplo, ir a horas determinadas a grabar para tener buena luz, al momento de grabar en el set se estableció un diagrama de cómo deben de ir las luces y siempre formó parte del equipo un sonidista para poder tener un audio de calidad. Además mencionan que se debe de crear un guión de tomas o una lista de tomas, puede realizarse algo simple pero que funcione para proyectar lo que se necesita capturar. También se debe de crear un equipo que tenga talento para trabajar en la producción tanto detrás de cámaras como delante. En algunas ocasiones el talento puede ser emergente, pero esto no significa que se deba de perder calidad del resultado final. Como productor/a de un video se debe de tomar en cuenta el presupuesto que se tiene para poder realizar el video y además tener calendarizado.

Para cada cápsula se realizó un guión literal para tener establecido qué es lo que debía de hacer el conductor y además las preguntas que se debían de preguntar a la juventud. Las preguntas se planteaban de manera que llamará la atención de los jóvenes y también para obtener respuestas interesantes.

3.2.3 Postproducción

Las postproducción es un término técnico que se utiliza en el mundo de la radio, cine, video y televisión, consiste en realizar procesos sobre material previamente grabado, como la mezcla, subtítulos, locución, efectos especiales y más, señalan Espinoza y Miranda (2009).

Bourne y Burstein (2008) plantean que en la post-producción, en la etapa de la edición del video, hay que tomar en cuenta que la audiencia tiende a tener una atención corta, por lo mismo, es necesario crear material que sea interesante, que lo que se quiera contar se haga de una manera dinámica para poder captar la atención de la audiencia. Añaden que se debe de pensar desde la Pre-Producción del video, la producción y las post-producción, tanto en la

iluminación, la utilización del espacio, la manera de editarlo para evitar problemas al momento de exportarlo para la plataforma digital y no afecte ningún estándar de calidad que pueda interferir la compresión. Cabe resaltar que la mayoría de usuarios ya cuentan con internet con una velocidad alta. Las cápsulas se realizaron en croma esto para poder tener control de la iluminación y la utilización del espacio, para poder evitar problemas y no descuidar la calidad al momento de exportarlas.

Díaz y Barco (2009) concluyen que en la etapa de la postproducción se debe de montar la imagen en el video final, sonorizarlo y agregar los efectos necesarios. En esta etapa se debe de montar la imagine, arreglar el sonido con los diálogos, música y elemento de sonido, unificar estos para tener un video bien compuesto para reforzar el discurso narrativo.

3.2.4 Compresión del video

García y Boronat (2008) plantean que es necesario realizar una compresión del video para lograr eficiencia tanto en almacenamiento de la información, como en su distribución a través del medio que sea necesario. El principal objetivo de la compresión del video es el de disminuir el número de parámetros requeridos para representar la capacidad del video, manteniendo una buena calidad para la audiencia. El resultado del proceso de compresión de vídeo es el de convertir un formato de datos para transmitirse por las redes de comunicaciones y que sea procesado en los diferentes ordenadores y dispositivos actuales. La efectividad de la compresión se presenta en el tamaño del archivo de la imagen original, sin comprimir, y el tamaño del archivo de imagen resultante, comprimida. Hay que entender que a mayor relación de compresión se consume menos ancho de banda, esto mantiene un número de imágenes por segundo determinado y que a mayor nivel de compresión del video, implica menor nivel de calidad de imagen para el video.

Entender cómo funciona la plataforma web, luego aprender sobre cómo realizar el video, posteriormente, entender que uno de los principales factores es la compresión que tienen los videos en estas plataformas. Por lo mismo, es importante entenderlas, ya que se puede realizar un video con una alta producción y luego tener una baja calidad debido a la compresión que tenga la plataforma digital. Bourne y Burstein (2008) agregan que la compresión del video debe de pensarse desde quiénes son la audiencia, por ejemplo, si son estudiantes de Universidad, generalmente tienen acceso a internet, pero si utilizan el internet de la Universidad se puede ver afectado ya que en algunas ocasiones hay restricciones para material que no es educativo. Las cápsulas se realizaron de manera que sin importar la compresión que tuviese se pudiera apreciar, aunque el video sea visto desde un dispositivo móvil o desde un monitor. Además se creó un códec específicamente para poder exportarlo para la plataforma web y que la calidad fuera alta.

3.3 Redes Sociales

Las redes sociales como Facebook han aumentado considerablemente su popularidad en los últimos años. Forman parte de la reconocida Web 2.0 como un tipo de aplicación más entre las miles que pueblan la red.

Cobo y Romaní (2007) describen a las redes sociales como toda herramienta diseñada para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social. Agregan que los nombres que más suenan son MySpace, Facebook, Bebo, LinkedIn. Estas pueden ser de uso genérico y otras están especializadas, se resalta que el elemento que integra y es esencial de todas ellas son los usuarios, los protagonistas, quienes aportan con su contenido, con fotos, textos, videos y más a las redes que pertenecen. Cabe resaltar que el elemento que da sentido a las redes sociales es la cantidad de usuarios y su actividad en las mismas.

Según Fumero y Roca (2007) La gestión que se realiza en las redes sociales ofrece una serie de funcionalidades asociadas a servicios básicos de comunicación y presencia, que han logrado convertirla en un fenómeno en sí misma.

Las redes sociales se han convertido en lugares importantes para la interacción entre grupos sociales, algunos cada vez más especializados, donde es posible conocer gente que comparta los mismos gustos e intereses. Esto se debe precisamente gracias a la Web 2.0 y su concentración en lo social, ya que ha aportado a formar comunidades virtuales y redes de colaboración entre pares concluyen Cobo y Romaní (2007).

García (2008) añade que las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento pero también de información, tomando elementos, recursos y características de los medios tradicionales. Cabe mencionar que las redes sociales incorporan tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro que el de los medios tradicionales. La evolución de las redes sociales apunta más hacia el medio audiovisual y virtual que las características de la prensa escrita. Son y serán cada vez más plataformas de nuevos contenidos audiovisuales, interactivos, de videojuegos y de realidad virtual.

Actualmente, las redes sociales son el sistema de comunicación social básico, que se fundamentan tanto en la filosofía de la afiliación y la participación como en la economía de la colaboración y la atención. Las redes sociales se han convertido en el principal punto de mira estratégico de todos los grandes grupos de comunicación durante los últimos años, como la empresa News Corporation de Murdoch que adquirió MySpace en 2005 por 850 millones de dólares, Microsoft pagó 240 millones por una participación de Facebook. Las redes son un negocio del que se lucra principalmente el operador de la plataforma. El usuario paga el acceso con sus datos personales utilizando el perfil de usuario, produce gratis colaborando con videos, textos y fotos y genera audiencia para la venta de publicidad. Esto se plantea como un triple pago, economía de la afiliación, economía de la colaboración y economía de la atención.

El de las redes es un negocio del que se lucra principalmente el operador de la plataforma. El usuario paga el acceso con sus datos personales (perfil de usuario), produce gratis (colabora enviando fotos y videos) y genera audiencia para la venta de publicidad. Es, por lo tanto, un triple pago: economía de la afiliación, economía de la colaboración y economía de la atención.

3.3.1 Plataforma Youtube

Laney (2015) plantea que Youtube es una plataforma de entretenimiento, para sorprender y satisfacer a las personas. La gente ingresa a Youtube para encontrar una voz que sea consistente y lograr que el contenido fluya por si mismo. Con las cápsulas de #DECRETO1850 se buscó informar pero también entretener, además por ser contenido para la plataforma digital, se realizó de manera simple. Dyer (2013) agrega que en la plataforma Youtube los videos deben de ser cortos, se debe buscar que el público se sienta cómodo al ver los videos. La máxima duración de las cápsulas debe ser de 5:00 minutos, la mayoría tenían una duración de 3:00 minutos para mantener la atención de la audiencia. También se deben de crear listas de reproducción alrededor de temas e ideas comunes y por último se puede incluir el animar al público a presentar ideas y contenidos para futuros videos. Al finalizar las cápsulas de #DECRETO1850 el conductor invita a las personas a interactuar por medio del hashtag para comentar qué les pareció el tema y poder sugerir alguno.

Si se identifican aspectos que son causa de crecimiento, estos hay que duplicarlos o triplicarlos, por lo mismo, se pudo observar que al hacer preguntas a la audiencia, esto motivo a la misma a tener una mayor interacción, esta acción se repitió en diferentes videos.

Por otro lado, plantea las buenas prácticas en las diferentes redes sociales, como Facebook, Twitter y Youtube. Entre estas explica sobre aumentar el alcance social, y como primer paso, esta el encontrar a los clientes, unirse a conversaciones de prospectos y clientes para poder fortalecer la conciencia de su marca. Utilizar las palabras claves principales por las cuales se desea ser conocido, por lo mismo, al publicar las capsulas siempre se resaltaba el nombre de las mismas, además de las preguntas, ya que eso es algo que identifica el proyecto, el querer saber qué es lo que piensa la audiencia. Ayudar a difundir su contenido, agregar botones para que la gente pueda compartirlo, esto se realizó una vez con una capsula en la cual se incluía un botón para ir a otra capsula, pero no se incluyó un botón o algo específico para que las personas lo

compartieran. Hay que tener en cuenta que lo más importante es ser humano, mostrar que detrás del contenido hay una persona, por lo mismo se debe de interactuar para que las personas se sientan identificada y no que están comunicándose con una máquina.

Para tener una mejor aceptación con los videos que se publican en la web se puede involucrar a personas influyentes esto para tener la capacidad de una marca para afectar o dar lugar a una acción entre sus componentes clave. Influencia , tanto internos como externos a su marca. En #DECRETO1850 además de entrevistar a jóvenes de universidades en algunas ocasiones se incluyeron personas influyentes en el ámbito de la música, el arte y el periodismo.

3.3.2 Instagram

El 6 de Octubre de 2010 inició en San Francisco la plataforma de Instagram con el fundador Kevin Systrom. Alonso (2015) señala que Instagram se plantea como una herramienta que busca ahondar en las emociones de las personas, en algunas ocasiones se ha comparado con la utilización de una Polaroid. Añade que la plataforma de Instagram inició como un tipo de la fotografía social en busca de “me gusta” pero posteriormente se convirtió en una experiencia creativa, casi en una necesidad de fotografiar, crear y compartir sin importar la educación, el idioma, la religión, las fronteras o la cultura.

Halvor (2014) plantea que Instagram es una de las redes sociales más populares utilizadas para publicar fotografías la cual tiene más de 200 millones de usuarios registrados. Añade que desde el 2013 la mayoría de empresas han empezado a utilizar la plataforma de Instagram para promover su marca, aumentar la influencia y fortalecer el crecimiento de la empresa. Añade que al utilizar Instagram para promover algún producto o servicio se debe de tener claro tres puntos. El primer punto es que se debe de tener una meta clara, entender cómo se puede utilizar Instagram para llegar al público objetivo. Como segundo punto, establece que se debe de elegir una línea para tener coherencia con lo que se desea decir, esto es importante para mantener la imagen de la marca en las

publicaciones. Como tercer punto añade que se debe de crear contenido de alta calidad.

En las cápsulas de #DECRETO1850 se utilizó material de apoyo publicado en Instagram para promover e invitar a las personas a ver las cápsulas. El material que se realizó para esta plataforma se creó con la misma línea gráfica y contenido con alta calidad.

3.3.4 Twitter

Carballar (2011) señala que Twitter es un servicio que permite compartir pensamientos, información, fotografías, enlaces y más con cualquier usuario web, esto se puede hacer de manera privada o pública. Esto posiciona a Twitter como una red social y un blog a la vez, ya que permite crear comunidades de usuarios interconectados, que estos compartan intereses pero también permite que el contenido creado por los usuarios de Twitter pueda ser visto por cualquier usuario, como en un blog.

Las redes sociales ha aumentado el número de personas con las que se mantiene contacto de una manera habitual en la vida diaria. Moreno (2015) menciona que Twitter por su parte se plantea como la plataforma en la cual la conexión es de manera directa y sin intermediarios. Sólo se debe de buscar el nombre de la persona con la que se desea contactar y se comienza a seguir. Añade que en esta pueden participar todo tipo de individuos, sin limitación por edad, sexo, interés o ámbito cultural.

Carballar (2011) añade que Twitter es una buena herramienta para que las empresas tanto grandes como pequeñas, y los profesionales, aumenten su red de contactos, reciban información de sus clientes, se relacionen con ellos y que este proceso sea de forma rápida y directa para que la información relevante llegue más rápido que por otro medio de comunicación.

La información que se publicó en la plataforma de Twitter se utilizó como complemento a las publicaciones de Instagram, esto con la finalidad de fortalecer la idea y llegar a más personas.

3.3.5 Facebook

Facebook inició en la Universidad de Harvard como “The Facebook” una versión en línea de la versión impresa de “Face book” el cual era utilizado en las universidades para que los nuevos estudiantes conocieran a los demás estudiantes. Smith (2011) plantea que Facebook es el fenómeno mundial más grande de las redes sociales. Facebook es sobre conectar a las personas, mantenerlas en contacto ya que es más sencillo reunirse y comunicarse por un mensaje de Facebook que realizar una reunión en persona. Formar parte de la red social Facebook es de suma importancia para incrementar visibilidad en línea y construir imagen de marca. Facebook es el sitio más visitado del mundo con 1.23 billones de usuarios activos para el trimestre del 2014.

De Marco (2015) Plantea que los videos publicados en Facebook considerando la cantidad de tiempo que utiliza la gente en esta red social, se está convirtiendo en el principal rival de Youtube. Un reciente estudio de Socialbakers indica que un video en Facebook alcanza el 8.7 por ciento de vistas orgánicas, esto significa que cada nueve de cada 100 fans ve el video. La aceptación es mayor cuando el video es publicado directamente en la página de Facebook y no con un enlace, esto es más fácil para el usuario y no tiene que salir de la página de Facebook. Por ultimo agrega que se debe de agregar un botón para llamar a la acción de las personas y así la interacción aumenta. En las cápsulas de #DECRETO1850 se realizaron preguntas para invitar a las personas a interactuar, además se invitó a ver las demás cápsulas.

Para aumentar el tráfico de personas que visiten la publicación o la página deseada en Facebook se pueden utilizar los anuncios. Estos anuncios son pagados con la finalidad de promover la publicación. Existen dos diferentes tipos de anuncios en Facebook, están los anuncios tradicionales y el anuncio “Sponsored”. Para promover la cápsula de #DECRETO1850 se utilizó el anuncio tradicional ya que este se utiliza cuándo hay un texto o algún video o fotografía.

IV. Informe de Práctica

4.1 Introducción a la experiencia

La experiencia dio inicio con la introducción en el equipo digital de 1850tv, planteando que se deseaba realizar un proyecto pero que debía de proponer la idea, el concepto, la línea gráfica y todo lo necesario para que el proyecto tuviese éxito. Se solicitó investigar sobre los conceptos necesarios para poder crear un video para la plataforma web, además de consejos para tener un mejor resultado.

Posteriormente se presentó los resultados encontrados en los diferentes blogs para videos web. Se creó la idea del proyecto, el cual consistiría en capsulas web dirigido a jóvenes de 18 a 25 años que se involucren en actividades urbanas, que frecuentan centros comerciales y asisten a la Universidad. En base a esto se eligió el nombre, el discurso y la línea gráfica. El nombre que se seleccionó fue #DECRETO1850 entre los colores que se eligieron estaba el color gris y celeste, con la finalidad de mantener colores que no se relacionaran con ningún partido político.

La finalidad de las cápsulas se planteó en ser un espacio para que la juventud guatemalteca se expresará, decir lo que piensan, sin presentar una ideología, es decir, que las personas utilizaran las cápsulas como medio de expresión sin importar su ideología, si están a favor o en contra sobre los temas de relevancia en la coyuntura guatemalteca. Además se realizó con la finalidad de unificar los conocimientos aprendidos en la Universidad tanto en teoría como en valores cívicos y poder reflejarlos en las cápsulas.

El discurso de las cápsulas se enfocó en las personas, en sus pensamientos, en ser plataforma para la juventud, al terminar cada cápsula se enfatizó “con libertad de expresión y pensamiento crítico, nosotros somos el medio y vos sos el mensaje”.

Los principales temas de las cápsulas eran de interés político y social, los temas se plantearon como “hashtags” para poder publicar sobre los mismos en las diferentes redes sociales como Twitter, Facebook e Instagram. Los temas eran #NoHayPorQuienVotar #VotoNulo #CICIGSI #27A #SegundaVuelta entre otros.

4.1 Explicación detallada de actividades realizadas

4.1.1 Recopilación de información

En la semana que se iniciaron las prácticas se solicitó la recopilación de la información, esto inició con la búsqueda de 50 blogs en internet que presentaran contenido necesario para poder crear, generar, impulsar y monitorear el contenido en internet. En estos blogs se encontró material esencial para el fortalecimiento de los conocimientos para poder crear el contenido que se solicitaría en las prácticas. Esta etapa fue fundamental, en esta se pudo poner en práctica los valores aprendidos sobre utilizar la información de forma adecuada y con ética ya que se citó en todo momento y se colocó la bibliografía.

En la segunda semana de las prácticas en Junio se unificó en un archivo la información necesaria para utilizar en el transcurso de las prácticas. Esta información tenía temas como por ejemplo “tácticas de marketing para video” “Cómo llamar la atención en los primeros 5 segundos” “6 formas para promover tu video en Youtube” “Tutorial para crear múltiples etiquetas en Youtube” entre otros. Los blogs visitados fueron www.reelseo.com/ imaginationmedia.tv www.bloomberg.com/live.

TIPS YOUTUBE

Cómo usar analytics para medir el compromiso

Tip #1: Use YouTube Analytics to Measure Performance

Los primeros 15 segundos : Si hay una gran caída en los primeros 15 segundos de tal vez 30 a 40 por ciento de su audiencia , es posible que desee ver en los "ganchos" que está utilizando - ¿cómo estás enganchando a la gente a ver el resto del video. O, tal vez usted tiene una introducción de la marca que es demasiado tiempo , que no ofrece al espectador cualquier valor .

Big Spike in the middle : Si usted ve un gran repunte del tráfico en el medio, echar un vistazo a ese código de tiempo para ver qué pasa. Un aumento significa que un porcentaje de personas que han visto más de una vez . Esa parte podría ser muy valiosa , confuso , divertido, o necesita más explicación.

Big drop-off in the Middle : Si el tráfico se sumerge en el medio del video, esto podría significar que usted habló de un tema por mucho tiempo. Así que la próxima vez, acaba de decir una vez, o más brevemente , y seguir adelante.

Tip #2: Use YouTube Analytics to Measure Engagement!

Comentarios por vista: La primera relación es de observaciones a puntos de vista (o comentarios divididos por visitas) . La proporción es de 0,5 % , lo que significa un comentario por cada 200 visitas .

INFORMACIÓN RECOLECTADA 1

Esta información se presentó en una reunión con el equipo del área web para explicar a profundidad la importancia de esta información, cómo se puede aplicar en los videos de 1850tv en el área digital, y también para tomar en cuenta los consejos que presentan estos blogs para poder mejorar el contenido en web.

4.1.2 Creación de la idea

En la segunda y tercera semana de prácticas en Junio, luego de terminar de ordenar la información, se realizaron diferentes reuniones para presentar las ideas para crear cápsulas para la plataforma digital. Inició con una lluvia de ideas, luego se planteó qué se quería hacer, cómo, para quiénes y todos los detalles.

CAPSULAS WEB

- Capsulas cinco minutos máximo
- Una capsula por semana
- Darle voz a las personas
- Tendencias Hashtag
- Tono o manera: Casual, platicado, relajado.
- Duración de Capsulas
 - Introducción 40 seg
 - Opinión 2 minutos
 - Salida 40 seg

NOMBRE:
#DECRETO1850

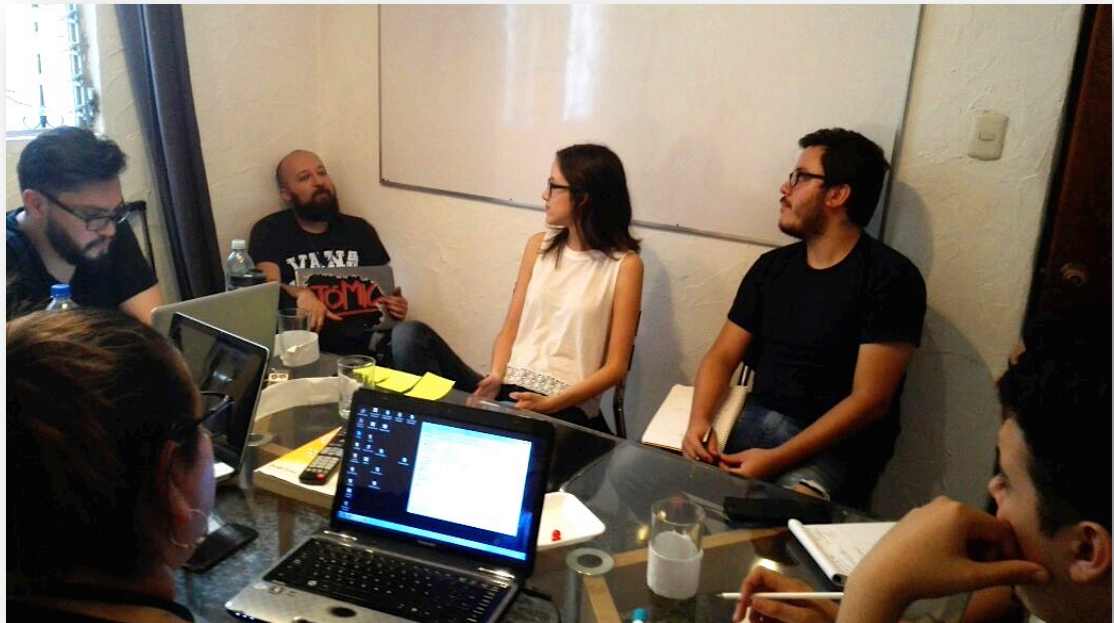
PREGUNTAS:
Preguntas abiertas
Varían según el tema

TEMAS:

- Información sobre presidentes
- Plan de Gobierno de partidos políticos
- Ideologías
- Información Diputados de Partidos
- Financiamiento
 - Regulación del financiamiento
 - Fiscalización del financiamiento
- Información sobre el voto
- Porcentaje de votos
- Voto nulo
- Propaganda, leyes, regulación.
- Manifestaciones
- Información sobre retenes

NOTAS SOBRE EL PROYECTO 1

En las diferentes reuniones que se realizaron en la tercera y cuarta semana de Junio se presentaron opiniones e ideas en base a referencias de diferentes videos. En las reuniones se estableció que sería una cápsula de entrevistas realizadas a jóvenes de 18 a 30 años en distintos puntos urbanos de la capital, como universidades, centros comerciales, zonas de recreación entre otras. Los temas principales serían de coyuntura política y cívica así como información ciudadana y opinión de la población joven del país. La plataforma principal fue el canal de Youtube, para promocionarlo en Facebook, Twitter e Instagram. Las publicaciones se realizaban cada jueves alrededor de las 3:00 pm. El conductor que se seleccionó para las cápsulas fue Antonio Vidal. Luego de establecer estos puntos, se eligió un nombre, este proceso fue mediante lluvia de ideas, escribir palabras clave sobre las cápsulas, hasta llegar al acuerdo y colocar el nombre de #DECRETO1850.



REUNIÓN CREACIÓN IDEA 1

4.1.3 Elaboración del discurso

La idea estaba establecida, ya tenía nombre, público, conductor y temáticas. En la cuarta semana de Junio se planteó que el contenido era político y cívico, por lo mismo se tomó la decisión que se debía de establecer un discurso, un texto que comunicará exactamente lo que era #DECRETO1850. El discurso formó parte importante del proceso de prácticas, ya que es aquí en dónde la creatividad y la personalidad fueron base para poder presentar el proyecto. En el discurso se planteó que #DECRETO1850 nace como una plataforma digital para desprenderse de la censura, empoderar a la sociedad, divulgar sus exigencias, opiniones, denuncias, acuerdos y desacuerdos. Ser un espacio para romper con la imposición de ideas y la división, un espacio que sí represente a la juventud.

4.1.4 Preproducción

La Etapa de preproducción inició la última semana de Junio y la primera de Julio. En estas dos semanas se planteó un esquema para realizar el guión literal, el guión técnico, posibles temas y posibles lugares de grabación. Cabe resaltar que este proceso se repitió cada semana después de la segunda semana de Julio, ya que cada semana se debían de realizar los documentos y gestiones necesarias.

En la etapa de preproducción se realizaron diferentes actividades. Como primer punto se seleccionó un tema por semana, este tema se eligió según la coyuntura e importancia del tema según los medios tradicionales como las redes sociales. Al elegir el tema se hizo un sondeo en el canal de 1850 Televisión para preguntarle a las personas si era un tema de su interés.





Luego de elegir el tema, se debía de elegir el lugar en el cual se realizarían las entrevistas, el lugar se seleccionó según la afluencia de gente joven. Se realizaron las entrevistas en la Universidad Rafael Landívar, en la Universidad de San Carlos de Guatemala, en la Universidad Panamericana, en un festival de la juventud en el parque concordia, y por último, se entrevistó en diferentes lugares a líderes de opinión.



CORREO AUTORIZACIÓN UNIVERSIDAD 1

Posteriormente se elaboró un guión literal y un guión técnico por cada tema. En el guión literal se redactaron las preguntas que se debían de realizar al momento de hacer las entrevistas a los jóvenes, también se redactó el texto que debía de decir el conductor. Para redactar el texto se buscó información de diferentes medios y libros para tener la información acertada.

En el guión técnico se estableció las tomas que se realizarían al momento de grabar, los planos, los encuadres, la música, los micrófonos que se debía de utilizar según el lugar y las entrevistas. Cabe resaltar que el guión técnico se elaboró en base a los consejos encontrados en los diferentes blogs para poder tener una mejor aceptación en las redes sociales.

  /1850Televisión  @1850Televisión 				
GUIÓN TÉCNICO				
PROYECTO: #DECRETO1850 #NoHayPorQuienVotar			FECHA:	
PRODUCTORA:			DIRECTORA:	
No.	PLANO	DESCRIPCIÓN	AUDIO	EXT / INT
A.1	1 cámara (Plano Medio) 1 cámara (primer plano, detalles)	<i>Elegir: Respuesta más polémica o crítica</i>	Micrófono de solapa	Exterior
A.2		<i>Introducción animada (Cortinilla)</i>		
A.2.1	1 cámara (Plano Medio) 1 cámara (primer plano, detalles)	TONO <u>Introducción</u> : <u>Los jóvenes estamos más informados y conscientes... ¿vos qué pensás?</u>	Micrófono de solapa	Interior
A.3	1 cámara (Plano Medio) 1 cámara (primer plano, detalles)	<u>Preguntas</u> 1. ¿Has escuchado del <u>hashtag</u> <u>#NoHayPorQuienVotar?</u> 2. ¿Vos crees que no hay por quién votar?		Exterior
A.4	1 cámara (Plano Medio) 1 cámara (primer plano, detalles)	<u>Intervención de TONO interactuando con la audiencia.</u>	Micrófono de solapa	Interior
A.5	1 cámara (Plano Medio) 1 cámara (primer plano, detalles)	<u>Preguntas</u> 1. Qué crees que hace falta para que la gente se decida? 2. Qué le hace falta a un candidato para convencerte? 3. Algo más que <u>querras</u> agregar		Exterior
A.6	1 cámara (Plano Medio) 1 cámara (primer plano, detalles)	Conclusión de TONO <u>Lo que decidís vos... en #Decreto1850.</u>	Micrófono de solapa	Interior

GUIÓN TÉCNICO 1

4.1.5 Producción

En la etapa de producción se realizaron diferentes tareas. Una de las principales fue coordinar los permisos con las instituciones para poder grabar en sus instalaciones, se redactaron los correos y se adjunto el brief para tener una mejor aceptación en las instituciones, luego de enviar el correo, se coordinó por medio de llama telefónica.

En la segunda semana de Julio se realizó la primera grabación de la cápsula #DECRETO1850 en la Universidad Rafael Landivar, en la tercera semana se grabó en la Universidad de San Carlos, en la cuarta semana de Julio se grabó en la Universidad Panamericana. Al inicio de Agosto se grabó en el Parque Concordia, en la segunda semana se volvió a grabar en la Universidad de San Carlos, en la tercera semana de Agosto se grabó la cápsula en la Universidad Rafael Landivar. En la última semana de Agosto se realizó la grabación en el parque central para el Paro Nacional del #27A.

Además de coordinar con las instituciones, también se programaron grabaciones con el conductor para poder grabar las intervenciones en las cápsulas. Para poder grabar, se debía de coordinar con el equipo técnico para tener apoyo para poder realizar las grabaciones y tener el equipo necesario, tanto técnico como humano. Otra actividad que se realizó al momento de la producción fue el de tomar el rol de entrevistadora fuera de cámaras. Además se solicitó cada semana con el área de diseño para elaborar los cintillos y elementos gráficos necesarios para la cápsula web.



REALIZANDO ENTREVISTAS 1

4.1.6 Postproducción

Las postproducción fue un proceso paralelo a las grabaciones y al creación de cada guión. Esto se trabajó desde la segunda semana de Julio hasta finalizar las prácticas, cada semana se debía de editar el programa que se publicaría en las redes sociales. En esta etapa se aplicó los conocimientos aprendidos sobre la deontología de la comunicación, ya que se eligió la música con los derechos libres para poder utilizarla sin tener inconvenientes.

En la etapa de postproducción se recolectó el material grabado, se capturó en la computadora y se ordenó en carpetas. Todas las cápsulas se editaron en el programa de edición de video para IOS Final Cut X. Como primer punto en el proceso de edición se sincroniza el video con el audio, luego de esto se comienza a editar todo el material. Ya que está editado el material, se selecciona las partes más importantes de la entrevista, luego se corta. Después se crea material con los clips ya seleccionados y cortados. Al terminar

de cortar y ordenar el material, se arregla los audios y se arregla el color de cada clip para que todos estén iguales. Ya que se corrigió el color y el audio, se coloca la música a un nivel adecuado para que pueda apreciarse lo que dice cada persona. Por ultimo se coloca los cintillos y el texto de apoyo cuando el conductor resalta ciertas palabras y conceptos. La edición se realizó de una manera dinámica, rápida y limpia, con la finalidad de captar la atención de la audiencia en pocos segundos.



PROYECTO TERMINADO EN FINAL CUT X 1

4.1.7 Monitoreo de material publicado

Cada semana se realizó un monitoreo por cada publicación. Este monitoreo inició desde la segunda semana de Julio, después de cada publicación, se revisó los análisis por parte de Facebook para poder monitorear la aceptación del contenido. En la plataforma de Facebook se monitoreó la cantidad de “me gusta” de comentarios y la cantidad de veces que se compartió cada cápsula.

El monitoreo de Facebook permitió observar la cantidad de personas alcanzadas, la cantidad de reproducciones del vídeo, la cantidad de “Me gusta” de comentario y contenido compartido. Además de esto se puede monitorear la cantidad de me gusta en la publicación y en el contenido compartido. También la cantidad de comentarios en la publicación y en el contenido compartido y por último las veces que se compartió en la publicación y en el contenido compartido.

The image shows a Facebook post from the page '1850 Television'. The post text reads: 'Te dejamos aquí el último #Decreto1850 dónde se habló de la CICIG ¿Crees que es importante que existe esta comisión en Guatemala? https://www.youtube.com/watch?v=Aw7n0uOrwml'. Below the text is a video player for '#Decreto1850 - #CICIG' with a play button. The post has 6 likes and 1 comment. An analytics overlay on the right side of the post provides the following data:

628 Personas alcanzadas		
7 Me gusta, comentarios y contenido compartido		
6 Me gusta	6 En la publicación	0 En el contenido compartido
1 Comentarios	1 En la publicación	0 En el contenido compartido
0 Veces que se ha compartido	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
7 Clics en publicaciones		
0 Visualizaciones de fotos	1 Clics en el enlace	6 Otros clics
COMENTARIOS NEGATIVOS		
0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones	
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página	

At the bottom of the analytics overlay, it shows '628' (Personas a las que se ha llegado, 46% por debajo de tu media) and '7' (Clics en publicaciones). There are buttons for 'Ver estadísticas' and 'Promocionar publi...'.

Cada publicación en Facebook permitió observar el alcance obtenido, por medio de esta plataforma se pudo monitorear el alcance que obtuvo cada publicación. Además de presentar si fue alcance orgánico, es decir, alcance sin necesidad de pauta, o por otra parte, si fue alcance pagado, que es el alcance que obtiene mediante la pauta pagada en Facebook.

También se pudo observar las estadísticas de cada cápsula, estas estadísticas se modificaron dependiendo del tema y la duración, ya que en estas se resaltó la atención que tenía la audiencia en cada capsula, cuánto porcentaje veía según el minuto y cuánto porcentaje de la audiencia vio la cápsula completa.

4.1.8 Fotografías

Además de realizar las cápsulas, también se tomaron fotografías de algunos conductores y conductoras para las redes sociales. Esto se realizó paralelo a la creación de las cápsulas. La toma de las fotografías fue en el lapso de la segunda semana de Junio a la segunda semana de Julio. Las fotografías que se tomaron fueron para los programas “El Show de la Henry” “Arcadia” “DPLX” y “Peatón”.



CONDUCTORA ANDREA HENRY

Las fotografías se tomaron con una Canon T3i, luego de tomar las fotos se arreglaban en Photoshop, después se mandaba al supervisor del área web para que las sellara con el logo del canal 1850tv y el logo del programa.



CONDUCTOR TOMÁS GALVEZ

La fotografía variaba según el programa, en el programa de “El Show de la Henry” la idea principal era mostrar la ropa que utilizaba Andrea Henry. Esta misma finalidad se buscó al tomar las fotografías del programa “Arcadia”. En el programa de “Peatón” la finalidad de la foto era tomar al conducto Antonio Vidal junto al invitado del programa. Por ultimo, en el programa “DPLX” el objetivo era tomar una fotografía diferente y divertida para motivar a las personas para ver el programa.

El encuadre, la claridad, definición y creatividad en la fotografía fueron los principales elementos tomados en cuenta al momento de seleccionar las fotografías que se debían de publicar en las redes sociales. Estos fueron los principales parámetros tomados en cuenta tanto en la toma de la fotografía como en la edición de la misma.



CONDUCTORA ANDREA HENRY



CONDUCTORA IRENE PAZ

4.2 Percances y Soluciones

El primer percance fue la modificación del trabajo que se debía de realizar en las prácticas. El primer trabajo que se planteó para realizar en las prácticas fue la creación de un Guideline sobre ¿Cómo producir para la plataforma digital?. El proceso se inició, pero no se pudo concretar la creación de esta línea guía, faltó ordenarla y diagramarla. Luego se decidió que se debía de incorporar a las prácticas realizar cápsulas de interés político y cívico, por lo tanto esto fue lo que se trabajó en las prácticas paralelo a la toma de fotografías. La principal dificultad fue realizar un trabajo específicamente para web. Es difícil acostumbrarse a realizar un proyecto para esta plataforma, desde tomar una fotografía hasta pensar cómo se realizar un video, es un trabajo diferente al que se acostumbra a realizar. La solución se encontró en utilizar la información recolectada para el Guideline como guía para la creación de las cápsulas, esto aportó a crear contenido enfocado para la plataforma digital que fuera funcional para la misma.

Por otra parte se encontró la dificultad de pensar temas para la plataforma digital y además que sean de interés para el público objetivo. Actualmente existe mucha información y entretenimiento en las redes sociales, esto dificulta el llamar la atención de la juventud. Por lo mismo, se tomó la decisión de realizar las entrevistas una semana antes de publicarla, para poder tener tiempo de editarla pero también para poder tener un tema que fuera de coyuntura. Además los temas planteados en las cápsulas se eligieron según su importancia en la coyuntura de la juventud guatemalteca como también el interés de los jóvenes en los temas.

En el proceso de Postproducción hubo dificultad con relación al tiempo. Editar en algunas ocasiones es un trabajo cargado, por lo mismo, realizar un trabajo de calidad en poco tiempo fue una tarea difícil, ya que se debía de presentar un día antes para que este lo revisaran el supervisor del área, solicitar cambios y arreglos de ciertas cosas y poder exportarlo para poder publicarlo a tiempo. La solución fue organizar el tiempo de edición, plantear y planificar las horas del día que se utilizarían para editar. También crear un orden de cómo editar el video para que este proceso fuera más fácil y eficaz sin perder la calidad del resultado final.

V. Reflexión sobre la experiencia

Las prácticas supervisadas se realizaron en el área digital del canal 1850 televisión debido a la motivación y el interés de crear conocimientos sobre la creación de contenido para la plataforma digital. La motivación creció ya que tanto en la Universidad como en el ámbito laboral la producción de contenido y creación de audiovisuales tienden a realizarse para el ámbito de la televisión o cine. Por lo mismo, comenzar las prácticas en un área totalmente nuevo fue de aprendizaje para la realización de las prácticas.

La experiencia en el ámbito digital fue particularmente diferente y de aprendizaje, ya que se seleccionó el área web debido a los conocimientos previos en medios de comunicación. Por lo mismo, se planteó el formato digital para poder aportar con la experiencia en medios pero tener la oportunidad de enriquecer y unificar los conocimientos con la plataforma digital.

Al inicio de las prácticas se planteó la creación de un Guideline, comenzar por la creación de esta guía fue de suma importancia ya que dio pauta para iniciar con los fundamentos y conocimientos sobre cómo crear contenido digital. Además fue parte clave porque esa información no fue estudiada en ningún curso de la Universidad. Sí se tuvo algunos conocimientos sobre contenido digital pero generalmente eran de forma y no de contenido. Además en los cursos de la Universidad se plantearon plataformas para el área digital y su funcionamiento, pero no explicaron qué contenido publicar, cómo publicarlo, de qué manera este contenido pudo ser más efectivo al momento de publicarlo. Es importante fortalecer en la Universidad la utilización de plataformas digitales pero más que aprender a utilizarlas, hay que aprender el contenido que se debe de publicar en cada plataforma ya que cada una es única y depende de los conocimientos de las personas que estas sean efectivas.

Los conocimientos sobre cómo investigar, ordenar la información y crear un documento presentable aportaron al momento de ordenar y crear esta guía. Aunque parezca algo sencillo, en muchas ocasiones las personas a pesar de ser ya profesionales, presentan documentos desordenados, desalineados, con plagio y muchos errores que afectan tanto la imagen del profesional como la imagen de la empresa. Por lo mismo, se resalta

la educación que se ha fortalecido en diferentes cursos en exigir a los estudiantes trabajos de calidad y sobre todo en castigar el plagio. Esto lleva a que los estudiantes al momento de estar en el ámbito laboral apliquen la calidad de los trabajos en clase en los trabajos profesionales.

En esta etapa se reflexiona sobre los conocimientos adquiridos en la Universidad sobre valores y la ética del comunicador o comunicadora. Al realizar la investigación se trabajó con ética respetando las reglas establecidas en la deontología de la comunicación, citando toda la información encontrada para evitar el plagio.

Al inicio en las reuniones con el equipo del área web causaron cierta inseguridad, ya que por el hecho de ser practicante los nervios pueden perjudicar al momento de querer expresar las ideas y sobre todo al tener dudas ya que se quiere dejar una buena impresión. Conforme pasaron las reuniones ya se podía sentir más comodidad pues los colegas del área digital transmitían seguridad y empatía para que las personas se pudieran expresar y decir lo que se pensaba sin que nadie juzgara a esa persona.

Por otro lado, poder formar parte de la creación de una idea nueva fue una buena experiencia. Esto fortaleció el proceso de las prácticas ya que se pudo integrar las ideas, los pensamientos y conocimientos de diferentes personas para crear un concepto nuevo que fuera aporte para la juventud guatemalteca. Esto fue una de las mejores actividades realizadas en las prácticas ya que es una oportunidad que no tienen muchas personas y poder formar parte de la creación de una idea en un medio importante para la juventud fue trascendental personalmente.

Entre una de las principales destrezas y cualidades que es necesario fortalecer tanto a nivel personal como profesional es el ser extrovertida/o y tener una buena comunicación. Se menciona esto ya que es importante para poder realizar el trabajo de manera correcta, poder comunicar lo que sea necesario y evitar problemas. En la Universidad generalmente hay alguien que resuelve los problemas ya sea el profesor o la profesora o algún estudiante. Pero en el caso del ámbito laboral hay que ser más ágil, mejor comunicador/a y poder transmitir las ideas claras y con seguridad. En algunos casos pueden haber malentendidos debido a la mala comunicación y a la

inseguridad de las personas, por lo mismo lograr comunicar los pensamientos pueden llevar a que el flujo de trabajo sea mucho más eficaz.

Como parte del proyecto de las cápsulas se tuvo que realizar las entrevistas a las personas que formaron parte de las mismas. Tomar el papel de entrevistadora fue una parte inesperada en este proceso pero clave para desarrollar la cualidad mencionada anteriormente, el ser extrovertida/o. Al tener que realizar estas entrevistas se tenía que acercarse a personas totalmente desconocidas, presentarse y luego realizar las entrevistas. Esto obligó a desarrollar la comunicación con otras personas, en hacer las preguntas acertadas, tener una comunicación de uno a uno y poder llegar al punto de sentir comodidad al momento de comunicarse con otras personas.

En el ámbito de la pre producción las competencias teóricas fueron fundamental para la creación de los guiones tanto el guión literal como el guión técnico. En diversos cursos se planteó la elaboración de estos guiones, esto facilitó al momento de tener que realizar los mismo. A pesar que el canal 1850 Televisión ya contaba con un formato establecido para la creación de los guiones la base era la misma a la que se estudió en los cursos universitarios. Esto mejoró el flujo de trabajo y aportó para poder avanzar a la etapa de producción y post producción.

La etapa de creación de guiones fue interesante ya que es en esta en dónde se puede involucrar más la persona que lo está haciendo para tener un resultado en el cual se vea reflejado el trabajo. Este puede llegar a ser un trabajo tedioso, ya que en muchas ocasiones es considerado la parte no divertida del proceso de crear contenido audiovisual. En este caso algunas veces fue entretenido y en otras ocasiones era un trabajo más cansado ya que requiere investigación para tener un guión literal con fundamentos teóricos. En esta etapa se debe de resaltar que en la Universidad la teoría sobre la pre producción fue meramente para audiovisuales para televisión y cine olvidando la pre producción para el formato digital, siendo esto parte importante de la creación de videos ya que es de las principales herramientas que utilizan las personas.

En el proceso de la grabación de las prácticas se resalta el trabajo en equipo con las personas de 1850 Televisión son personas que tienen conocimientos debido a la práctica en el canal. Esto aportó a las grabaciones ya que se utilizaba el tiempo

necesario y justo para grabar las prácticas convirtiendo el proceso de grabación en un momento ameno lleno de aprendizaje en vez de convertirse en un proceso eterno y cansado. Los conocimientos de grabación de video de la Universidad son escasos ya que debido a los pocos cursos recibidos es difícil tener el tiempo para poder tener los conocimientos de las personas que ya trabajan en el ámbito. El primer acercamiento a estas habilidades son en la Universidad pero llegar a desarrollarlas y manejarlas con facilidad, se desarrollan en el ámbito laboral o cuando se realizan trabajos audiovisuales independientes.

La Universidad si te prepara para poder tener una idea al momento de formar parte de una grabación pero no te prepara para ser líder de estas grabaciones. En la Universidad generalmente los estudiantes toman estas clases como la parte divertida, en dónde las personas pueden salir en la televisión y poder actuar. Por lo mismo se debe de ser más estrictos en este tipo de clases, exigir a los estudiantes que entreguen audiovisuales de calidad. Que la calidad este en la imagen, en el contenido, las actuaciones y también el sonido. Esto para poder ser competitivos en el ámbito laboral, tener los conocimientos necesarios y así poder liderar y cumplir con los requerimientos que se tienen en las grabaciones. También se debe de plantear que tanto el ámbito laboral como el universitario se complementan ya que en el ámbito universitario esta la teoría pero en el laboral y profesional esta la práctica.

En el área de la post producción las habilidades y los conocimientos adquiridos en la práctica fueron valiosos. Este ámbito es importante ya que el aprendizaje sobre edición por parte de la Universidad es escaso. En el caso de la experiencia en el área digital de 1850 Televisión se resalta que la responsabilidad de la edición está en el editor/a y si está persona realiza mal su trabajo este no se publica. En el caso de la Universidad son demasiadas personas en un grupo y todas quieren decir lo que se debe de hacer en el video, esto dificulta al momento de querer tener un buen resultado ya que es un video desordenado en el cual se puede notar que no hubo repartición de tareas.

Este giro que tomaron las prácticas fue interesante y mucho más gratificante. Fue de esta manera ya que al inició se planteó algo diferente, más sencillo. Al inicio se creyó que iba a ser algo fácil, que si se iba a aprender pero más iba a ser el aporte para la

empresa. Por lo mismo se resalta este proceso de pre producción, producción y post producción ya que fue un proceso más cargado, más difícil y que requirió más trabajo del esperado. Esto enriqueció las prácticas para que el proceso fuera de mayor aprendizaje y de mayor integración al ámbito laboral y de conocimientos sobre la producción para el ámbito web. Cabe resaltar que fue un proceso de mucho aprendizaje pero también fue un proceso cansado, ya que en una sola persona recaía la responsabilidad del resultado de las capsulas, eso provocó bastante estrés y algunas canciones resignación del trabajo. Esta bien aprender a realizar estas tareas y es comprensible que el canal 1850 televisión no tiene tantos recursos humanos pero de igual manera podrían crear un grupo de personas para realizar estas tareas y así tener mayor producción y por lo tanto un mejor resultado. Se puede rescatar que al tener que realizar la mayor parte del trabajo el aprendizaje fue mayor tanto en cómo realizar todo el proceso pero también en cómo trabajar bajo estrés para poder entregar el trabajo y que este sea publicado.

Es interesante tener el contraste de equipo de trabajo universitario con el equipo de trabajo en el ámbito laboral. En la Universidad en algunos casos se podía percibir que eran demasiados alumnos y alumnas en un grupo para realizar un trabajo en el cual no se necesitará tanta gente, entonces algunas personas realmente no hacían nada. También sucedía que la gente no trabajaba. Pero en el caso del grupo de trabajo en el ámbito laboral el ambiente es diferente, cuando a alguien le toca trabajar sola, si hace falta el apoyo de algún colega para realizar el trabajo. El apoyo de las personas en el trabajo es realmente necesario ya que las personas sí tienen las ganas de realizar bien el trabajo, tienen que ser proactivos porque es trabajo y se esta consciente que si se hace algo mal puede perjudicar en un futuro.

Otro ámbito que es necesario hacer un reflexión es el de la fotografía. Al igual que en el video, en la Universidad se obtuvieron conocimientos sobre la historia de la fotografía, técnicas, cómo tomar fotografías, personajes y más. Pero en la práctica se quedó corta, realmente lo que se aprendió de la fotografía fue teoría. Es importante resaltar esto ya que como comunicadores saber usar una cámara es esencial, es otro medio de comunicación para expresar lo que sea necesario de una manera diferente. En las

prácticas cuando se solicitó tomar fotografías fue un poco difícil, ya que se debían de tomar en modo manual. El concepto si estaba pero recordar los parámetros que se debían de utilizar según el escenario en el que se estuviera fue difícil. Luego de debía de realizar el proceso de post producción de la fotografía, era arreglarla en photoshop. Esto también causo cierto conflicto ya que se debía de editar y arreglar la fotografía y luego enviarla al área de diseño para que la sellaran con el logo del canal. Para poder utilizar la herramienta de photoshop se tuvo que buscar tutoriales y pedir ayuda de las personas del canal. Esto debido a que los conocimientos para la utilización de photoshop son muy escasos, en la Universidad, generalmente se hacía con apoyo de algún tutorial, por lo tanto esto nunca se aprendió al 100%.

Es importante reflexionar sobre un tema que generalmente no se menciona en los trabajos. El tema de los valores y la ética, en diferentes clases de la Universidad se reciben cursos sobre valores, reglas, deontología y ética. Generalmente se toman como clases de relleno y en algunas ocasiones aburren, pero al entrar en el ámbito laboral se puede notar que hay muchas personas que no tienen valores y sobre todo ética. Es aquí en dónde resalta los cursos recibidos sobre estos temas, además en otros cursos hubo distintos profesores y profesoras que exigían ética al realizar los trabajos. Esto aportó en la creación de todo el contenido que se realizó en las prácticas, muchas personas están acostumbradas a copiar temas de otros programas, a utilizar música robada y copiar la línea gráfica de diferentes páginas digitales.

En las prácticas definitivamente ese no fue el caso, nunca se imitó nada, todo fue propuesto y creado por el grupo de 1850 televisión. Además al realizar los guiones, siempre se investigaba y de estas investigaciones se creaba un texto con citas y argumentos para respaldar la información que se estaba diciendo. En esto cabe resaltar el conocimiento sobre la deontología de la comunicación ya que es en esta en la que plantean los lineamientos que se deben de respetar sobre los derechos de autor y la propiedad intelectual. Esto es fundamental al momento de realizar cualquier material audiovisual, principalmente si es para una plataforma digital, ya que si se roba música, videos, o cualquier cosa ajena puede causar problemas graves, desde bloquear un canal de Youtube hasta ser demandado. Por lo mismo es fundamental tener

conocimientos sobre las reglas que existen en torno a estos temas para evitar tener problemas que pueden afectar a la persona y a la empresa. Además la música utilizada en las cápsulas de #DECRETO1850 se seleccionaron con cautela ya que fueron canciones registradas bajo la licencia de Creative Commons.

En el transcurso de las prácticas lo conocimientos aumentaron y sobre todo los conocimientos prácticos. Existe una diferencia entre el inicio de las practicas con el transcurso de las mismas. Se pudo observar como al inicio se tenían los conocimientos teóricos, la ética, el orden, la creatividad y las ganas de trabajar, pero faltaba la experiencia en el área web. Durante las prácticas se pudo valorar la creación y generación de contenido para el área digital, en un inicio esto parecía una tarea fácil, pero con el tiempo se valora el trabajo que realizan estas personas ya que no es una tarea fácil.

De esto se desglosa la siguiente reflexión, cuando se esta por concluir una carrera se puede creer que ya se sabe todo, que estas listo/a para trabajar, pero realmente hace falta mucho. Cabe resaltar que en carreras como Ciencias de la Comunicación la teoría es igual de importante que la práctica, se necesita tener conocimientos en ambas para poder desarrollarse con existo como profesional. Por lo mismo, es importante ser humildes, aceptar que realmente se sabe muy poco pero que se quiere aprender mucho. Esto es lo que te das cuenta cuando estas realizando las practicas, que creías que sabías, que estabas listo, pero luego realizas que todavía te falta aprender, falta desenvolverte más, falta la agilidad para realizar el trabajo, el trabajo en equipo, trabajar bajo presión y entender que en las manos de cada comunicador hay una responsabilidad, y si esta responsabilidad no se cumple pueden haber consecuencias.

Además se planteó la importancia del contenido digital en la actualidad. Cuando se ve alguna foto, nota, video o cualquier contenido digital publicado puede pensarse que es una tarea fácil. La mayoría de veces la gente lo mira, lo termina y luego lo desecha, el tiempo de fama en las publicaciones del ámbito digital es muy corto y en algunas ocasiones es nulo. Por lo mismo se llega a la reflexión que hay que comenzar a implementar más contenido para el área digital, con más calidad en video e imagen. Con más calidad en contenido y forma, entender que esta es una de las herramientas

más utilizadas alrededor del mundo. Comprender que mediante la plataforma digital tu alcance ya no está limitado por cable de fibra o por una antena satelital o si la gente tiene el canal para poder ver el programa o video.

El alcance que tenga el contenido digital depende de la calidad del audiovisual, de la importancia del contenido, del entretenimiento y de esa diferenciación que puede aportar. Claro, también existe el factor de la publicidad, pagar por pautar en las diferentes plataformas para tener un mayor alcance. Esto no significa que va a generar un cambio significativo en la aceptación de la audiencia si el video o la publicación está mal. Debe de ir de la mano, tanto generar contenido de calidad y aparte pagar por las pautas, es decir, la calidad y la pauta se deben de complementar.

También es importante reflexionar que existen diferentes maneras de hacerse notar en el ámbito digital. Si, existe mucha competencia y ya hay información de la mayoría de temas, hasta de temas que podría creerse que no existen. Pero si se utiliza el contenido de manera correcta, se aplican los consejos para captar la atención, se utilizan los tags acertados y tienes un factor diferenciador, tu publicación tienen posibilidades de tener éxito. Además se debe tener en cuenta que las diferentes plataformas digitales se pueden y deben unificar. La mayoría de personas tienden a revisar todas sus cuentas interactuar en ellas y publicar. Por esto, si el contenido se mueve en diferentes plataformas realizando contenido apropiado para cada plataforma, el nivel de aceptación crece y lo más importante, la interacción.

Otro punto que hay que resaltar es la diferencia de la interacción en redes y en la plataforma digital que cuando se crea un audiovisual para la televisión. La interacción en web es casi inmediata, además la libertad de expresión es mayor, la gente puede comentar si les gusta o no, siendo parte importante para la generación de contenido. ¿Por qué es importante reflexionar sobre esto? Porque si no hay interacción en el ámbito digital la publicación no tuvo éxito, no cumplió los requisitos que tienen las demás publicaciones. Lo que se busca al publicar es una respuesta, ya sea positiva o negativa, lo importante es que la gente interactúe, saber que lo que se está publicando provoca una respuesta en la audiencia.

Al finalizar las prácticas se pudo tener un resultado satisfactorio, a pesar de ser un trabajo cansado, que requirió aprender rápido y ser ágil para poder tener el trabajo a tiempo, fue una buena experiencia. Se pueden rescatar diferentes puntos y reflexionar sobre los mismos. Entre uno de estos puntos esta el tener en cuenta que la creación de contenido digital es una de las principales herramientas utilizadas alrededor del mundo para comunicar sus ideas. Por lo mismo hay que tomar en cuenta tanto en las universidades como a nivel personal, el poder que tienen las redes sociales para poder transmitir un mensaje. Es necesario integrar estas herramientas en la vida diaria, conocerlas, saber qué se debe de utilizar según la plataforma para así tener un mejor resultado.

En el ámbito universitario se debería de ver obligado de integrar estas herramientas para el desarrollo del estudiante para conocer y desenvolver un mejor papel utilizando las redes sociales. Es importante entender que estas herramientas son útiles para cualquier tipo de necesidad que se tenga, existe el prejuicio que las redes sociales son para perder el tiempo, distraerse y olvidarse de lo que es importante. Por lo mismo, en la Universidad es imposible ingresar a Facebook, Twitter o Instagram utilizando la banda ancha de la Universidad. Si, hay que aceptar que las redes sociales tienen su parte de ocio, pero también tienen la parte noticiosa, tienen la parte de aprendizaje.

Hay que reflexionar y pensar que en vez de prohibir entrar a estas redes sociales se podría instruir en cómo utilizarlas de manera que favorezcan al estudiante. Además entender que es un medio de comunicación, en el cual la libertad de expresión es limitada solo para aquellos que no tienen tolerancia, pero siempre se encuentra información de diferentes temas aunque estos le molesten a algunas personas.

Además es importante integrar y formar parte esta tecnología, entender las redes sociales. La importancia de esto yace en que son herramientas que se utilizan en el área de trabajo. Pero si se prohíbe en la Universidad, al momento de integrarse en un trabajo puede llegar a ser una persona retrograda que tenga los conocimientos en redes sociales solo para el ocio, en vez de tener conocimientos de las redes sociales para utilizarlas de manera que favorezcan a la empresa.

En la carrera de Ciencias de la Comunicación se debe de integrar la utilización de estas redes sociales, actualmente, la necesidad de tener una persona encargada de crear contenido digital está presente en cualquier empresa. Implementar la utilización de las redes sociales, enseñar cómo estas pueden favorecer el crecimiento y la venta de cualquier producto o servicio. Además de cómo se puede ver reflejada la personalidad de una empresa en las mismas. También se debe de implementar los conocimientos sobre la creación de audiovisuales para el área digital. En la carrera se recibieron diferentes cursos sobre producción audiovisual, guión, producción para televisión y más, pero nunca se recibió algún curso específico para la creación de videos para la plataforma digital. Esto es importante, ya que según las prácticas realizadas se puede visualizar que la creación de videos para la plataforma digital está tomando presencia y relevancia en la producción de videos.

Con las practicas se pudo comprender que producir un video para el área digital es totalmente diferente que producir un video para cine o televisión. Desde el inicio la lógica es totalmente diferente, en el video digital, debido a la competencia, es necesario captar la atención en los primeros 5 segundos, que el tiempo de carga sea rápido y que el video sea llamativo, de otra manera la gente cierra el video y ya no lo ve. En cambio con el video para cine o televisión la dinámica es totalmente diferente, el tiempo es más lento y el llamar la atención puede ser durante el video y no al inicio. Por lo mismo, es necesario integrar cursos en la Universidad que te enseñen a producir para web, a crear un guión específicamente para que tenga éxito en el ámbito digital. A utilizar etiquetas para poder promover el video, qué encuadres usar para un video para web, el lenguaje qué debe de utilizar la persona que conduzca el video. El lenguaje corporal, la ropa, buscar la interacción, hacer preguntas, invitar a ver más; realmente es un mundo completamente diferente. Esto se pudo aprender en las prácticas pero también es necesario aprenderlo en la Universidad y que las practicas solo sean un complemento.

Por último se reflexiona sobre los conocimientos aprendidos en proceso de prácticas y el alcance que tuvo el proyecto. Entre los principales conocimientos se puede resaltar que fueron técnicos, principalmente en cómo realizar una idea desde la preproducción, la producción y la postproducción. Pero en el ámbito personal, aportó en el desarrollo

de diferentes habilidades como poder ser una mejor comunicadora y trabajar en equipo en cualquier situación, puede ser en una situación educativa o en una situación profesional.

Planteando el alcance que tuvo el proyecto #DECRETO1850 se resalta la interacción que se logró por medio de las publicaciones de las cápsulas, además del material de apoyo en las diferentes redes sociales. El proyecto #DECRETO1850 impulsó el diálogo sobre temas de importancia en el contexto de coyuntura que se vivió en los meses de las Elecciones 2015 en Guatemala. Aportó con el conocimiento de temas como el voto nulo, las leyes electorales y de partidos políticos, información sobre los presidenciables, diputados, alcaldes y las Elecciones 2015. Concluyó con la cápsula sobre la segunda vuelta en la cual se preguntó a diferentes líderes de opinión sobre qué se podía esperar de la segunda vuelta electoral. Esta última publicación logró obtener 131 me gusta, 189 veces compartida y 46 comentarios.

Cabe resaltar que el proyecto tuvo éxito tanto a nivel de aceptación de la audiencia como a nivel personal. Los conocimientos aprendidos sobre los diferentes temas y la interacción con las personas al realizar las preguntas fue parte fundamental para el proceso de aprendizaje. La interacción en web, los comentarios tanto de las personas que estaban a favor como las personas que estaban en contra, conocer esas matices de opiniones, formar parte de la libertad de expresión y haber sido parte del proceso de producción enriqueció de manera significativa las prácticas.

VI. Conclusiones y Recomendaciones

En las practicas realizadas en el canal de 1850 televisión en el área digital se aprendió a crear, generar, editar, promover y monitorear contenido digital, principalmente, cápsulas de contenido político y cívico.

En las practicas se adquirieron conocimientos sobre cómo crear contenido digital y cómo hacer para que este contenido tenga éxito. Además se aprendió a crear guión literal y técnico enfocado para crear audiovisuales para la plataforma digital. También la forma en que se debía de producir y realizar las preguntas para poder tener una mejora aceptación. Integrar y crear interacción entre el conductor y las personas que entrevistas con la audiencia. Además se aprendió a editar para poder llamar la atención en los primeros cinco segundos y así tener una mayor aceptación con la audiencia.

Se adquirieron habilidades sobre cómo trabajar en equipo, desenvolverse con las personas y desarrollar una mejor comunicación. Además se crearon conocimientos de cómo crear un proyecto desde el inicio, formar parte de la creación de una idea y el desarrollo de la misma.

Las habilidades de desenvolvimiento con las demás personas se realizó mediante las entrevistas a las personas que salieron en las cápsulas. Además del acercamiento a estas personas desconocidas y tener que comunicar el concepto de las cápsulas y realizar las preguntas acertadas.

En un futuro se quisiera desarrollar más en el ámbito web, comprenderlo, realizar contenido que aporte a la sociedad. Se quiere desarrollar contenido que sea de entretenimiento pero que se pueda aprender del mismo. Crear contenido de calidad audiovisual, aprender las nuevas técnicas de video, de iluminación y de sonido. Crear contenido que trascienda, que sea referencia para las personas que deseen realizar videos para el área digital.

Entre los puntos fuertes que se resaltan de las prácticas son los conocimientos adquiridos sobre herramientas que son necesarias para la creación de contenido digital. Poder tener conocimientos sobre las herramientas nuevas es importante, ya que estas están cambiando constantemente, por lo mismo tener conocimientos recientes son de gran valor. Además formar parte de un área nueva el cual se creía conocer pero realmente se tenían pocos conocimientos, entender cómo se trabaja en esta área y poder formar parte de la misma.

Otro punto fuerte es el conocer gente en el ámbito de la comunicación, conocer personas que se desenvuelven en el ámbito digital, poder aprender de ellas. También poder tener reuniones con estas personas, aprender de sus conocimientos y fortalecer estas relaciones de trabajo que pueden ser de apoyo en un futuro.

Además el desarrollar nuevas habilidades personales que pueden aportar en el ámbito profesional. Entre estas se puede resaltar el desenvolvimiento personal con las demás personas, integrarse con un equipo de trabajo y crecer este. También desarrollar mejor la comunicación tanto con el equipo de trabajo como con las personas con las que se debía de comunicar para realizar las entrevistas. Estas habilidades desarrolladas son de valor ya que esto aporta a la comunicadora tanto personalmente como en su desenvolvimiento en el ámbito profesional. Lograr comunicar las ideas claras es una habilidad fundamental que debe de desarrollar toda comunicadora.

Con el trabajo realizado en la práctica supervisada se recomienda a las personas que realicen proyectos similares al de #DECRETO1850 el hacer un estudio previo sobre las diferentes redes sociales y cuál es la que se apega más a las necesidades del proyecto que se este realizando. En el caso de las cápsulas, se encontró que la red social más eficaz para promover las mismas fue la plataforma Facebook. Esto debido a la facilidad de interacción con la audiencia, además del fácil acceso al video desde Facebook, en lugar de tener que ingresar a Facebook copiar el link del video y provocar que el proceso sea más lento. Además el monitoreo y el análisis de la aceptación del video es más fácil en la plataforma de Facebook, esto de es apoyo para poder estudiar y poner en práctica las acciones que se están haciendo correctamente para poder repetirlas y mejorar el video para tener una mayor aceptación.

Entre los puntos débiles se puede resaltar la repartición de tareas. Fueron demasiadas tareas para una sola persona, si se pudieron realizar las capsulas y ser entregadas a tiempo sin ningún inconveniente. Pero se pudo realizar una mayor y mejor producción si se hubiese formado un equipo de trabajo más grande, para poder repartir las tareas y tener un resultado más competitivo tanto a nivel nacional como global. Esto afecto de manera en que el estrés y el cansancio no permitían desarrollar un mejor contenido, esto no refiere a que el contenido que se realizó fuese malo, pero si perjudico al momento de querer hacer más contenido, entregarlo con mayor anticipación, para poder realizar cambios aportaran a tener contenido de mayor calidad y poder obtener una mejor y mayor interacción con la audiencia.

La principal propuesta para mejora de la Universidad es el integrar cursos específicos sobre la utilización de las herramientas digital y la utilización correcta de las redes sociales. Si hay cursos que integran las herramientas digital pero realmente son muy pocos para la necesidad actual de la implementación de lo digital en el ámbito social. Esto es necesario ya que las redes sociales son utilizadas en todas las empresas y organizaciones profesionales, estas se usan de manera inteligente para favorecer en diferentes ámbitos a las empresas y organizaciones.

Además de integrar cursos para aprender a utilizar estas herramientas, se debe de integrar cursos de producción para la plataforma digital. Es necesario comprender que la producción para televisión y cine es completamente diferente a la producción de video para el área digital. Hay que proporcionar estos conocimientos ya que estas herramientas son las que utilizan la audiencia, ya es una realidad que la mayoría de personas tiene acceso a la red y que utilizan las redes sociales para obtener conocimientos del área de interés personal. Por lo mismo es importante ser competentes en está área y poder utilizar estos canales de comunicación a favor de los y las estudiantes e implementarlos en las empresas y organizaciones.

Es importante fortalecer en la Universidad la utilización de plataformas digitales pero más que aprender a utilizarlas, hay que aprender el contenido que se debe de publicar en cada plataforma ya que cada una es única y depende de los conocimientos de las personas que estas sean efectivas. Por lo mismo, se invita a repensar las nuevas

tecnología, romper con los estereotipos sobre las redes sociales y en vez de prohibir la utilización de las redes sociales, enseñar a utilizarlas de manera que favorezcan al estudiante y a la compañía en la que se desarrolle profesionalmente.

Además se propone y sugiere el exigir mayor calidad en los proyectos tanto en el ámbito universitario como en el ámbito laboral. En algunas ocasiones se puede llegar a ser demasiado comprensivos/as dejando pasar trabajos mal hechos, trabajos de baja calidad, videos mal elaborados, mal grabados y mal producidos. Esto provoca que el estudiante se convierta en un estudiante mediocre que se acomoda y busca realizar su trabajo de la manera fácil y mal hecha. Es necesario exigir tanto en las tareas pequeñas como en las tareas grandes, no importa si solo una persona va a ver el trabajo realizado, de igual forma este debe de estar bien elaborado desde la forma hasta el contenido.

Propuesta de mejora para la empresa se recomienda tener un plan de trabajo para la persona que realice las prácticas en su empresa. Tener un plan de las tareas que deberá realizar la persona para poder tener un orden al momento de solicitar el trabajo al practicante. Esto es necesario para poder tener un trabajo mas eficaz y poder sacar provecho al practicante desde el primer día que ingrese a la empresa. Además si se tiene un plan de trabajo, el tiempo y el recurso humano se utilizan para fortalecer el área de trabajo que sea necesario en la empresa. También es de provecho para la persona que realice sus prácticas, ya que el aprendizaje lo puede tener desde el día uno y poder fortalecer sus conocimientos. Además se propone a la empresa el repartir las tareas y realizar equipos de trabajo más grandes. Esto para optimizar el tiempo, generar y crear mejor contenido y así tener un mejor resultado.

A la Universidad se recomienda mantener tres meses para realizar las prácticas, ya que es el tiempo necesario para poder integrarse en un grupo de trabajo, obtener los conocimientos necesarios y poder desarrollar el trabajo solicitado por parte de la Universidad.

Por otro lado, entre los puntos fuertes de la Universidad se puede resaltar el aprendizaje de valores y normas, principalmente la ética. La ética es un factor importante que cualquier persona debe de tener y poner en practica, tanto en el ámbito

personal como en el ámbito profesional. En las prácticas supervisadas, el conocimiento de la ética y sobre todo los conocimientos de la deontología de la comunicación aportaron a realizar un trabajo integro, a utilizar las herramientas de forma adecuada y evitar que la empresa y la trabajadora tuviese algún problema por no respetar las reglas. Por lo mismo, se promueve el fortalecimiento de clases como ética y principalmente la deontología de la comunicación, la cual debería de enseñarse sin importar la carrera que se este cursando.

VII. Bibliografía

Alonso, M. (2015). ***We Instagram : El nuevo espacio de cultura creativa***. Editorial S.L.U Espasa Libros. Barcelona, España.

Boronat, F.; & García, M. (2008). ***IPTV, la televisión por internet***. Editorial Vértice. España.

Bourne, J.; & Burstein, D. (2009). ***Web Video***. Peachpit Press. Berkeley, California.

Caballar Falcón, J. (2011). ***Twitter***. Editorial Alfaomega. México, México,

Carpio, S. (2015). ***Arte y gestión de la producción audiovisual***. Editorial UPC. Lima, Perú.

Cobo Romaní, C., & Pardo Kuklinski, H. (2007). ***Planeta Web 2.0 Inteligencia colectiva o medios fast food***. Group de Recerca dInteraccions Digitals, Universitat de Vic. Barcelona, España.

Comparato, D. (2005). ***De la creación al guión: Arte y técnica de escribir para cine y televisión***. Editorial La Crujía Ediciones. Buenos Aires, Argentina.

Danyo, T. (2013). ***Imagination Media***. Recuperado de <http://www.imaginationmedia.tv>

De Marco, A. (2015). ***How to master The Facebook Video Algorithm***. Recueprado de www.reelseo.com/3-facebook-video-marketing-tips

Dyer, P. (2013). ***Facebook, twitter, Youtube: Strategic Marketing Best Practices***. Recuperado de <http://panorama.net>.

Espinoza, M.; & Miranda, R. (2009). ***Mutaciones escénicas mediamorfosis, transmedialidad y posproducción***. Editorial RIL Editores. Santiago, Chile.

Fernández Díez, F., & Baco, C. (2009) ***Producción cinematográfica***. Editorial FUNDIBER. Madrid, España.

Fumero, A., Roca, G., Sáez vacas, F. (2007). ***Web 2.0***. Editorial Fundación Orange. Madrid, España.

García, A. (2008). ***Las Redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: Una Experiencia con Facebook***. Editorial Escuela de periodismo Universidad de Santiago. Santiago, Chile.

Laney, M. (2015). ***Reelseo The Video Marketer's Guide***. Reelseo. Recuperado de <http://www.reelseo.com/>

Landsverk, K. (2014). ***The Instagram Handbook***. Editorial PrimeHead Limited. Londres, Inglaterra.

Moreno, M. (2015). ***Cómo triunfar en las redes sociales***. Editorial Gestión 2000. Barcelona, España.

Anexos

Anexo I



Facultad de Humanidades
Depto. de Ciencias de la Comunicación
Vista Hermosa III, Zona 15,
Guatemala, 01016
PBX 2426-2626 Ext.2442

Guatemala, 31 de agosto de 2015

Licenciado
Jeffree Carvajal
Director y Productor General
18-50 Televisión

Estimado Lic. Carvajal:

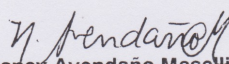
Reciba un cordial saludo de parte del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar y nuestros mejores deseos en el desempeño de sus actividades.

Como es de su conocimiento, la realización de prácticas profesionales por parte de los estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación constituye un proceso esencial en la culminación de su formación universitaria al permitirles tener un acercamiento real al entorno profesional del que próximamente serán parte.

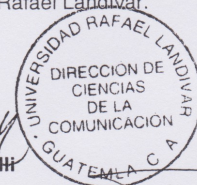
Debido a ello, agradezco a 18-50 Televisión y, especialmente a su persona, por la valiosa contribución y apoyo a esta labor educativa, al permitirle a Denise Pimentel Vásquez realizar la experiencia de Práctica Supervisada en su organización; de igual manera, por el tiempo y acompañamiento brindado durante todo el proceso.

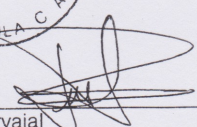
El siguiente paso para la estudiante Pimentel Vásquez es realizar una sistematización de la experiencia de práctica, la cual quedará plasmada en el Trabajo de Grado y disponible para consulta a través de la red de bibliotecas de la Universidad Rafael Landívar.

Sin otro particular, atentamente,


Mgtr. Nancy Avendaño Maselli
Directora

Depto. de Ciencias de la Comunicación



Vo.Bo. 
Jeffree Carvajal
Director y Productor General
18-50 Televisión

Guatemala 04 de Noviembre del 2015

Universidad Rafael Landívar
Presente



Por este medio hago constar que Denise Pimentel Vásquez quien se identifica con el DPI 2091 25330 0101, extendido en el municipio de Guatemala realizó la experiencia de la Práctica Supervisada en el canal 18-50 Televisión en el área digital como Generadora de contenido web con el proyecto #DECRETO1850.

Agrego que Denise Pimentel Vásquez cumplió una labor satisfactoria para la empresa y hago constar de su trabajo realizado durante el lapso establecido con la empresa y la Universidad Rafael Landívar.

Sin otro particular me suscribo atentamente


Ing. Alejandro Contreras
18-50 Televisión

19 av. 3-10 zona 7, Colonia Villas de San Juan, Guatemala - PBX (502) 2313 1150 - info@1850.tv

1850.tv  /1850Televisión  @1850Televisión

18-50

CARTA DE CONSTANCIA EMPRESA 18-50 TELEVISIÓN

Anexo II

#DECRETO 1850

Edades: 18-30 años
NSE: AB, C+
Estreno Semanal: Jueves
Hora: 08:00 PM
Plataforma: Canal de Youtube, Facebook y Twitter.
Conductor: Antonio Vidal

#Decreto1850 presenta entrevistas realizadas a jóvenes en distintos puntos urbanos de la capital, como universidades, centros comerciales, zonas de recreación, entre otras. Los temas principales son de coyuntura política y cívica así como información ciudadana y opinión de la población joven del país. Con libertad de expresión y pensamiento crítico, nosotros somos el medio y la juventud el mensaje.

Interacción
1850television
#Decreto1850
www.1850.tv



1850 Television
Publicado por Andre Henry [?] · 9 de agosto a las 15:00 · 🌐

Te dejamos aquí el último #Decreto1850 dónde se habló de la CICIG
¿Crees que es importante que existe esta comisión en Guatemala?
<https://www.youtube.com/watch?v=Aw7n0uOrwml>

#Decreto1850 - #CICIG
La CICIG (Comisión Internacional contra la Impunidad en Guatemala) apoya a las instituciones del Estado en la investigación de actividades ilegales y grupos ...
YOUTUBE.COM

6 Me gusta 1 comentario

Me gusta Comentar Compartir

628 Personas a las que se ha llegado
46% por debajo de tu media

7 Clics en publicaciones

Ver estadísticas Promocionar publi...

628 Personas alcanzadas

7 Me gusta, comentarios y contenido compartido

6 Me gusta	6 En la publicación	0 En el contenido compartido
1 Comentarios	1 En la publicación	0 En el contenido compartido
0 Veces que se ha compartido	0 En la publicación	0 En el contenido compartido

7 Clics en publicaciones

0 Visualizaciones de fotos	1 Clics en el enlace	6 Otros clics ⓘ
--------------------------------------	--------------------------------	---------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página



1850 Televisión @1850Television · 17 sept.
 En el próximo #Decreto1850, la opinión de Enrique Naveda, director de @PlazaPublicaGT, sobre el tema #SegundaVuelta

4 likes 5 stars

#Decreto1850 - #JusticiaYa

More Videos by 1850 Television

Previous · Next



1850 Televisión
 El pueblo de Guatemala está motivado, buscando una transformación como país. Una de las principales motivaciones es erradicar la corrupción y por lo mismo se exige #JusticiaYa. #Decreto1850 quiere ser el medio y que tus pensamientos y opiniones sean el mensaje.

Shared with: Public

1,237 Views

Unlike · Comment · Share · July 30

You, Manuel Penados, Fernanda G. Mencos, Javier Meza and 108 others like this.

53 shares

Embed Video

Embed Post

Report Video

#Decreto1850 - Reforma a la Ley Electoral y de Partidos Políticos

More Videos by 1850 Television

Previous · Next



1850 Televisión
 Somos la generación que ya despertó y por lo mismo se ha estado exigiendo que se realice una reforma a la Ley Electoral y de Partidos Políticos. ¿Y vos qué pensás?

Shared with: Public

521 Views

Unlike · Comment · Share · August 20

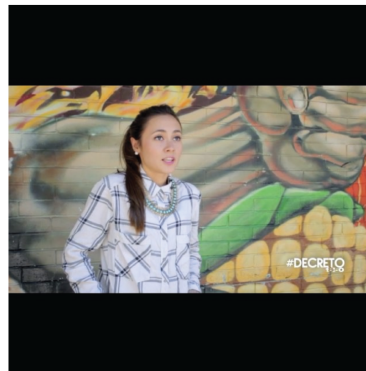
You, Fernanda G. Mencos, Javier Meza, Byron Cáceres and 35 others like this.

18 shares

Embed Video

Embed Post

Report video



1850television

40 Me gusta 6 días

1850television Si quieres saber lo que piensa la juventud sobre los presidenciales, alcaldes y diputados, no te perdás el estreno de #DECRETO1850 d.mo92 @lchemandez94

Añade un comentario...



1850 Televisión @1850Television · 6 ago.

¿Qué pensás de la @CICIGgt? Conocé lo que piensan los jóvenes acerca del trabajo de la #CICIG en #Decreto1850: youtu.be/Aw7n0uOrwml

6 likes 2 stars

Ver contenido multimedia

Anexo III

Tema de Cápsula	“Me gusta” Facebook	“Me gusta” Youtube	No. Reproducciones Facebook	No. Reproducciones Youtube
#SegundaVuelta	131	2	4,314	71
#JusticiaYa	112	4	1,268	68
#VotoNulo	72	4	922	88
#Cicig	64	3	917	63
#Elecciones2015	45	No se publicó	537	No se publicó
#ReformaLEPP	38	5	537	54
#27A	16	6	161	99
#NoHayPorQuienVotar	32	9	Se publicó el enlace	986

Detalles de la publicación

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Vídeo **Publicación**



1850 Television
17 de septiembre ·

¿Sandra Torres o Jimmy Morales? #DECRETO1850 presenta en esta edición lo que piensan los líderes de opinión, como Beatriz del Cid, Juan Pensamiento, Enrique Naveda y Carolina Escobar Sarti. ¿Vos qué pensás acerca de la segunda vuelta electoral?



85 830 personas alcanzadas

Promocionada

131 Me gusta 48 comentarios Se ha compartido 187 veces

Me gusta Comentar Compartir

85 830 Personas alcanzadas

4314 Reproducciones de vídeos

717 Me gusta, comentarios y contenido compartido

404 Me gusta	131 En la publicación	273 En el contenido compartido
------------------------	---------------------------------	--

111 Comentarios	59 En la publicación	52 En el contenido compartido
---------------------------	--------------------------------	---

202 Veces que se ha compartido	187 En la publicación	15 En el contenido compartido
--	---------------------------------	---

4946 Clics en publicaciones

2283 Clics para reproducir	2 Clics en el enlace	2661 Otros clics
--------------------------------------	--------------------------------	----------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

1 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
1 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Detalles de la publicación

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Vídeo **Publicación**



1850 Television
30 de julio ·

El pueblo de Guatemala está motivado, buscando una transformación como país. Una de las principales motivaciones es erradicar la corrupción y por lo mismo se exige #JusticiaYa. #Decreto1850 quiere ser el medio y que tus pensamientos y opiniones sean el mensaje.



32 607 personas alcanzadas

Promocionada

112 Me gusta 6 comentarios Se ha compartido 53 veces

Me gusta Comentar Compartir

32 607 Personas alcanzadas

1268 Reproducciones de vídeos

289 Me gusta, comentarios y contenido compartido

216 Me gusta	112 En la publicación	104 En el contenido compartido
------------------------	---------------------------------	--

17 Comentarios	6 En la publicación	11 En el contenido compartido
--------------------------	-------------------------------	---

56 Veces que se ha compartido	53 En la publicación	3 En el contenido compartido
---	--------------------------------	--

1746 Clics en publicaciones

860 Clics para reproducir	0 Clics en el enlace	886 Otros clics
-------------------------------------	--------------------------------	---------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

1 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

INFORMACIÓN DETALLADA PUBLICACIONES DE FACEBOOK

Detalles de la publicación Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones ✕

Vídeo **Publicación**



1850 Television

13 de agosto · 🌐

El voto nulo representa la inconformidad de muchas personas hacia el sistema político en el país. El problema es la falta de validez jurídica que tiene en Guatemala. ¿Qué pensás vos sobre el voto nulo? #Decreto1850



#Decreto1850 - #VotoNulo #DECRETO

04:09

33 821 personas alcanzadas

Promocionada

72 Me gusta 14 comentarios Se ha compartido 42 veces



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

33 821 Personas alcanzadas

922 Reproducciones de vídeos

165 Me gusta, comentarios y contenido compartido

103 Me gusta	72 En la publicación	31 En el contenido compartido
17 Comentarios	14 En la publicación	3 En el contenido compartido
45 Veces que se ha compartido	42 En la publicación	3 En el contenido compartido

1103 Clics en publicaciones


631 Clics para reproducir ⓘ	0 Clics en el enlace	472 Otros clics ⓘ
---------------------------------------	--------------------------------	-----------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

1 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Detalles de la publicación Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones ✕


Vídeo **Publicación**



1850 Television

6 de agosto · 🌐

La CICIG – Comisión Internacional contra la Impunidad en Guatemala apoya a las instituciones del Estado en la investigación de actividades ilegales y grupos clandestinos. Existen diferentes opiniones acerca de la CICIG. Esta semana en #Decreto1850 le preguntamos a la juventud qué piensan sobre esta comisión. ¿Qué pensás vos?




#Decreto1850 - #CICIG #DECRETO

03:55

17 989 personas alcanzadas

Promocionada

64 Me gusta 4 comentarios Se ha compartido 30 veces



👍 Me gusta

💬 Comentar

➦ Compartir

17 989 Personas alcanzadas

917 Reproducciones de vídeos

163 Me gusta, comentarios y contenido compartido

116 Me gusta	64 En la publicación	52 En el contenido compartido
13 Comentarios	5 En la publicación	8 En el contenido compartido
34 Veces que se ha compartido	30 En la publicación	4 En el contenido compartido

1135 Clics en publicaciones

587 Clics para reproducir ⓘ	0 Clics en el enlace	548 Otros clics ⓘ
---------------------------------------	--------------------------------	-----------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación	0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam	0 Ya no me gusta esta página

Detalles de la publicación

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Vídeo **Publicación**



1850 Television
Publicado por Alejandro Arriola [?] · 2015 ·

Sabemos el poder que tienen nuestras decisiones. Está semana hablamos sobre los presidentiables, alcaldes y diputados. Además se preguntó ¿Si las elecciones fueran hoy a quién elegirías?



17 437 personas alcanzadas

Promocionada

45 Me gusta 2 comentarios Se ha compartido 28 veces

Me gusta Comentar Compartir

17 437 Personas alcanzadas

1237 Reproducciones de vídeos

163 Me gusta, comentarios y contenido compartido

121 Me gusta	45 En la publicación	76 En el contenido compartido
------------------------	--------------------------------	---

12 Comentarios	2 En la publicación	10 En el contenido compartido
--------------------------	-------------------------------	---

30 Veces que se ha compartido	28 En la publicación	2 En el contenido compartido
---	--------------------------------	--

1276 Clics en publicaciones

771 Clics para reproducir	0 Clics en el enlace	505 Otros clics
-------------------------------------	--------------------------------	---------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam 0 Ya no me gusta esta página

Detalles de la publicación

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

Vídeo **Publicación**



1850 Television
20 de agosto ·

Somos la generación que ya despertó y por lo mismo se ha estado exigiendo que se realice una reforma a la Ley Electoral y de Partidos Políticos. ¿Y vos qué pensás?



16 799 personas alcanzadas

Promocionada

38 Me gusta Se ha compartido 18 veces

Me gusta Comentar Compartir

16 799 Personas alcanzadas

537 Reproducciones de vídeos

90 Me gusta, comentarios y contenido compartido

63 Me gusta	38 En la publicación	25 En el contenido compartido
-----------------------	--------------------------------	---

7 Comentarios	0 En la publicación	7 En el contenido compartido
-------------------------	-------------------------------	--

20 Veces que se ha compartido	18 En la publicación	2 En el contenido compartido
---	--------------------------------	--

399 Clics en publicaciones

260 Clics para reproducir	0 Clics en el enlace	139 Otros clics
-------------------------------------	--------------------------------	---------------------------

COMENTARIOS NEGATIVOS

1 Ocultar publicación 0 Ocultar todas las publicaciones
0 Denunciar como spam 0 Ya no me gusta esta página

Detalles de la publicación

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones ✕

Vídeo **Publicación**

**1850 Television**
3 de septiembre · 

Tras la renuncia de Otto Pérez Molina, revivimos las mejores imágenes del Paro Nacional (#27A), donde #Decreto1850 estuvo presente. ¿Crees que las manifestaciones pacíficas han cumplido con su objetivo?



#Decreto1850 - #27A
04:51

6881 personas alcanzadas Promocionada

11 Me gusta Se ha compartido 2 veces 

 Me gusta  Comentar  Compartir

6881 Personas alcanzadas

161 Reproducciones de vídeos

16 Me gusta, comentarios y contenido compartido

14 Me gusta	11 En la publicación	3 En el contenido compartido
-----------------------	--------------------------------	--

0 Comentarios	0 En la publicación	0 En el contenido compartido
-------------------------	-------------------------------	--

2 Veces que se ha compartido	2 En la publicación	0 En el contenido compartido
--	-------------------------------	--

165 Clics en publicaciones

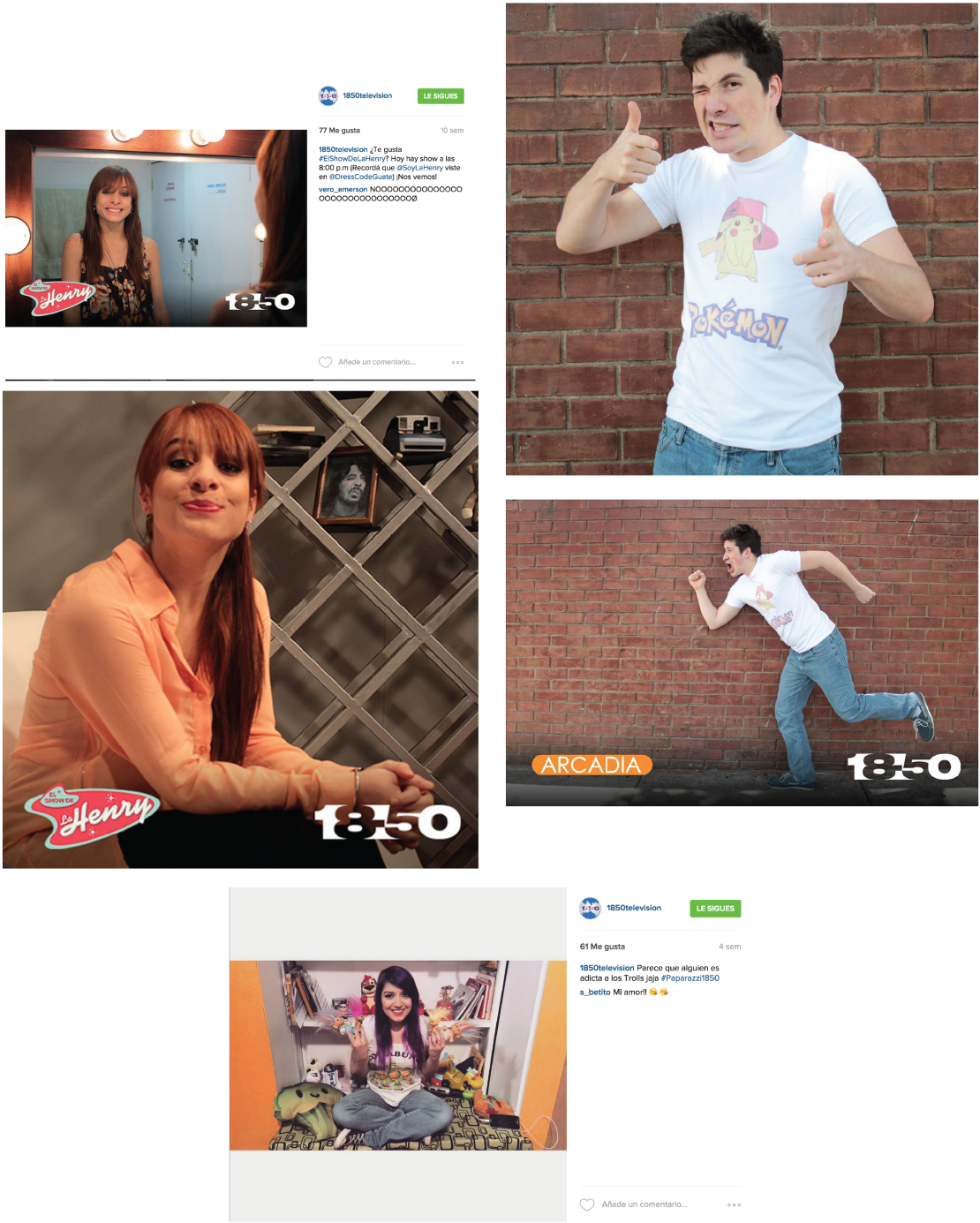
131 Clics para reproducir 	0 Clics en el enlace	34 Otros clics 
---	--------------------------------	--

COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación **0** Ocultar todas las publicaciones

0 Denunciar como spam **0** Ya no me gusta esta página

Anexos III



TOMA DE FOTOGRAFÍAS PARA REDES SOCIALES