

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

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA GENERACIÓN DE
CONTENIDOS WEB PARA MUNDO.COM, JUNIO - AGOSTO 2017."**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

CHRISTA ANELIESE SAMAYOA RUANO

CARNET 11096-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

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

**"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA GENERACIÓN DE
CONTENIDOS WEB PARA MUNDO.COM, JUNIO - AGOSTO 2017."**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE
HUMANIDADES

POR
CHRISTA ANELIESE SAMAYOA RUANO

PREVIO A CONFERÍRSELE

EL TÍTULO Y GRADO ACADÉMICO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, NOVIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, 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

DECANO: MGTR. HÉCTOR ANTONIO ESTRELLA LÓPEZ, S. J.
VICEDECANO: DR. JUAN PABLO ESCOBAR GALO
SECRETARIA: MGTR. ROMELIA IRENE RUIZ GODOY
DIRECTORA DE CARRERA: LIC. MIRIAM AMARILIS MADRID ESTRADA DE VALDEZ

NOMBRE DEL ASESOR DE TRABAJO DE GRADUACIÓN

LIC. JUAN FRANCISCO ROMERO MARTÍNEZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN

LIC. LUIS PEDRO VILLAGRÁN RUÍZ

Guatemala, 13 de noviembre de 2017

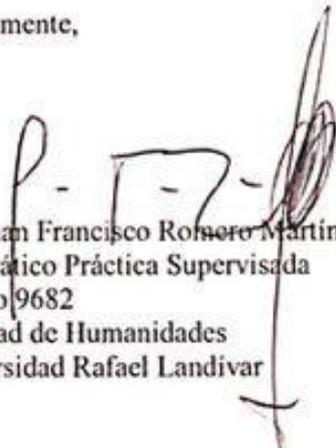
Señores
Consejo Facultad Humanidades
Departamento de Comunicación
Universidad Rafael Landívar

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 la generación de contenidos web para Mundo.com, junio – agosto 2017”** de la alumna **CHRISTA ANELIESE SAMAYOA RUANO**, que se identifica con el carnet número 1109613.

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



Orden de Impresión

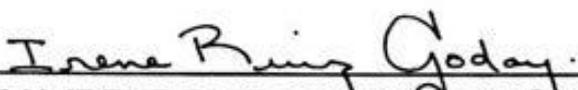
De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Sistematización de Práctica Profesional de la estudiante CHRISTA ANELIESE SAMAYOA RUANO, Carnet 11096-13 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051433-2017 de fecha 24 de diciembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA GENERACIÓN DE CONTENIDOS WEB PARA MUNDO.COM, JUNIO - AGOSTO 2017."

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 29 días del mes de noviembre del año 2017.





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

ÍNDICE

	NO.PÁG.
RESUMEN EJECUTIVO	5
INTRODUCCIÓN	6
I.CONTEXTUALIZACIÓN	7
1.1 Historia y datos básicos de la institución Mundo.com	7
1.2 Estructura organizativa de la organización Mundo.com	8
1.3 Características principales de la organización	8
1.4 Características del departamento de Comunicación de la Institución	9
1.5 Situación de la organización en Guatemala	9
1.6 Contexto nacional e internacional del área de trabajo	10
II. Plan de Práctica	11
2.1Justificación	11
2.2 Perfil del puesto asignado	11
2.3 Especificaciones generales del puesto	12
2.4 Objetivos establecidos	13
2.5 Objetivos específicos	13
2.6 Funciones desarrolladas	13
III.Fundamentación Teórica	15
3.1 Proceso de la Comunicación	15
3.2 Era Digital	16
3.3 Web 2.0	17
3.4 Comunicación digital	17
3.5 Principios fundamentales de la Comunicación Digital	18
3.6 La Fotografía digital	19
3.7 Página Web	20
3.8 Redes sociales	20
3.8.1 Facebook	21
3.8.2 Youtube	21
3.8.3 Twitter	22
3.9 Ética en la comunicación digital	22

IV. Informe de prácticas	24
V. REFLEXIÓN DE PRÁCTICA SUPERVISADA	36
VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	45
6.1 Conclusiones	45
6.2 Recomendaciones	46
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	48
VIII. ANEXOS	49

RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe aborda los principales resultados obtenidos a lo largo de la experiencia de prácticas supervisadas de la estudiante de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar que se realizaron entre el 05 de junio al 24 de agosto del 2017. A continuación se explica qué se encontrará en cada uno de los apartados que conforman este informe.

La sección de contextualización brinda un primer acercamiento a las diferentes funciones que conforman el medio de comunicación en el cual la practicante realizó su experiencia universitaria. El segundo apartado es el plan de prácticas, presenta todo lo relacionado con los acuerdos con Mundol.com, descripciones generales, experiencias, objetivos y actividades realizadas con el medio de comunicación digital.

El tercer apartado es el de la fundamentación teórica, este muestra lo relacionado con la teoría que le brinda sustento académico al presente informe. El cuarto apartado presenta el informe de prácticas, este incluye la introducción a la experiencia y se da una detallada explicación de todas las actividades realizadas durante la práctica. La quinta sección expresa la reflexión obtenida durante el proceso de esta experiencia laboral. Se realiza una reflexión personal con diferentes razonamientos críticos en el cual se presenta la unión de conocimientos, valores, destrezas, actitud laboral y técnicas puestas en práctica en esta experiencia con el trabajo profesional. La última sección presenta conclusiones y recomendaciones obtenidas durante la experiencia de práctica profesional.

INTRODUCCIÓN

El presente informe es una recopilación de reflexiones y experiencias adquiridas a lo largo de las prácticas supervisadas realizadas en el medio de comunicación de entretenimiento Mundo.com. A lo largo de esta experiencia laboral la estudiante cumplió con un total de 480 horas en jornada laboral de 8:00 a.m. a 5:00 p.m., desde el 03 de junio hasta el 24 de agosto del año 2017. Mundo.com, es un medio de comunicación nativo digital que se dedica a la difusión de notas periodísticas a través de las redes sociales.

Esta institución ha enfocado sus esfuerzos a mostrar contenido de entretenimiento a nivel mundial abarcando temáticas sobre salud, famosos, curiosidades, animales, cuestionarios y más. Su contenido se muestra con notas informativas cortas, listas largas acompañadas de fotografías y cuestionarios de personalidad o trivia.

Esta página de entretenimiento tiene como principal objetivo mostrarle al lector cibernauta las noticias más interesantes del mundo con un formato sencillo, acompañado de imágenes y curiosidades para llamar su atención. La principal actividad asignada a lo largo de la práctica, fue la de asistente en la creación de contenidos digitales. Durante la jornada se trabajó en dos grandes temas, por un lado el apoyo directo en trabajos de investigación de contenido digital y la creación de estrategias de promoción de contenido a través de redes sociales. En donde la estudiante fue apoyo directo para los miembros del equipo de redacción de Mundo.com.

Por otro lado, se crearon 15 notificaciones como mínimo a la semana con las notas destacadas para que los usuarios ingresaran a las mismas. También se trabajó en la programación de publicaciones en Facebook tanto en el portal Mundo.com español como en Mundo.com Brasil. El presente informe pretende demostrar las nuevas características del periodismo digital dentro de un mundo lleno de tecnología y un lector cada vez más activo. El proceso de comunicación juega un papel primordial para la viralización de contenido digital en las redes sociales como estrategia de conectividad e inmediatez.

I.CONTEXTUALIZACIÓN

1.1 Historia y datos básicos de la institución Mundo.com

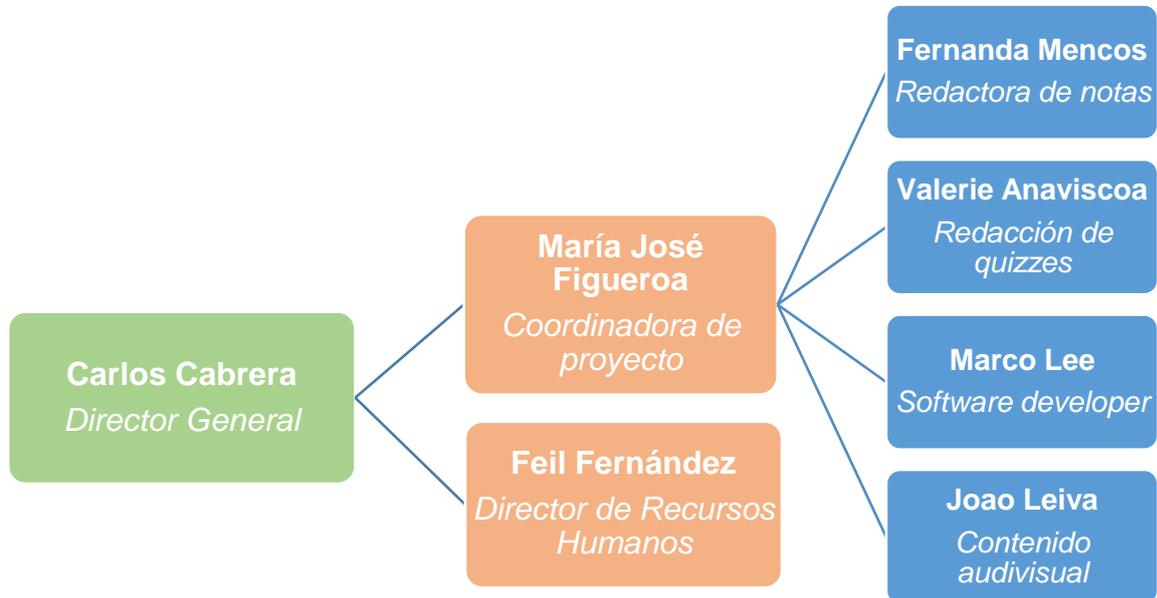
En el 2013 un grupo de emprendedores, con la visión de crear una red de proyectos digitales, unieron su talento para formar el grupo corporativo XYZ Network. Este buscaba formar un equipo multidisciplinario de talento humano que se especializara en contenidos online, por lo que unificó la tecnología, creatividad, experiencia y estrategias para lograrlo. Su fin era crear proyectos interactivos, socialmente responsables y exitosos a nivel mundial.

XYZ Network tenía a su cargo al menos seis proyectos web que abordaban distintas temáticas alrededor de todo el mundo. Los portales siempre fueron dirigidos a usuarios activos en internet, siendo este su plataforma inicial. En el 2015 deciden realizar cambios estructurales y crear un nuevo proyecto que se dedicara a un mercado más amplio. Mundo.com nace a cargo de Carlos Cabrera, como una plataforma de contenido premium de entretenimiento digital enfocado en temáticas relacionadas a farándula, curiosidades y cultura general.

Desde el inicio, este portal buscó dar al usuario las historias más fascinantes del mundo al alcance de sus manos. Su objetivo inicial era el de compartir contenido viral a través de las redes sociales. Por esto, crearon tres distintos portales que se dirigen a diferentes audiencias. Mundo.com se enfoca en el mercado latinoamericano; BR.Mundo.com se especializa enfoca su contenido a Brasil y EN.Mundo.com para habla inglesa.

Estas cuentas se manejan en Guatemala y están a cargo de redactores que se enfocan en la creación de notas *light*. El contenido se clasifica por diferentes secciones las cuales son: Salud, Famosos, Cuestionarios, Animales y Curiosidades. Se realizan tres diferentes tipos de formatos periodísticos los cuales son notas periodísticas cortas, listas largas a base de fotografías y diferentes test de personalidad o trivia.

1.2 Estructura organizativa de la organización Mundo.com



1.3 Características principales de la organización

En la búsqueda de crear y viralizar contenido digital a través de las redes sociales, la organización Mundo.com se ha caracterizado por ser un medio de comunicación de entretenimiento a nivel mundial difundido por diferentes plataformas de Internet, basando su actuar en la búsqueda de las noticias más llamativas del mundo que informen y entretengan al lector.

Este medio de comunicación digital se caracteriza por tratar de alcanzar diferentes objetivos, los cuales son:

- 1) Promocionar a través de distintas plataformas sociales notas informativas de entretenimiento que tengan alcance orgánico y de paga con el fin de generar mayores visitas e ingresos.
- 2) Construir una comunidad mundial de internautas en Facebook, creando notas informativas con contenido *light* que llame a la curiosidad del lector y al conocimiento de datos relevantes.
- 3) Promover el entretenimiento saludable a través de una línea editorial basada en valores, respeto y empatía. Mundo.com se caracteriza por informar y

entretener a través de distintas herramientas multimedia. Utilizando fotografías, videos y texto.

1.4 Características del departamento de Comunicación de la Institución

Desde los inicios de Mundo.com se planteó la necesidad de formar un departamento especializado en la comunicación. Este busca gestionar la información y actividades que se manejan dentro de la empresa con especialistas en relaciones públicas, comunicación interna y creación de contenido.

Este departamento permitió establecer una unidad interna de diseño y edición de contenido multimedia. Se han creado diferentes estándares de calidad respecto a las notas informativas que se realizan y se publican en redes sociales.

En la actualidad, el departamento de comunicación está tratando de crear un manual con una línea editorial que respete la dignidad humana y que no llame a la morbosidad a través de los contenidos que son viralizados con facilidad en las redes sociales.

También existen herramientas para trabajar en la comunicación interna a través de actividades que fomentan el trabajo en equipo y la confianza entre trabajadores. Creando campos de conversación con la finalidad de conocer las inquietudes y opiniones de los colaboradores de Mundo.com.

1.5 Situación de la organización en Guatemala

Mundo.com cuenta con sus oficinas centrales en Guatemala, siendo la sede oficial de la redacción de todo el contenido que se comparte en sus plataformas. Los principales proyectos son sus tres páginas las cuales son Mundo.com español, Mundo.com Brasil y Mundo.com inglés.

Según las estadísticas mensuales promedio de los últimos seis meses monitoreado por Google Analytics, el portal Mundo.com español cuenta con 14.5 millones de visitas mensuales en su sitio web, 11.3 millones de usuarios registrados mensuales, 95.7 millones de páginas visitadas con un tiempo promedio de 3:58 minutos de visita por usuario. Alcanzando en la actualidad en su página de Facebook 1.6 millones de Me Gusta y 1.5 millones de seguidores.

Mundo.com Brasil alcanza 600 mil visitas mensuales en su sitio web, 415 mil de usuarios registrados mensualmente, 4.7 millones de páginas visitadas con un tiempo promedio de visita por usuario de 3:5 minutos. Actualmente su página de Facebook cuenta con 181,418 de Me Gusta y 181,605 seguidores.

En el caso de Mundo.com versión en Inglés, se registran 3.5 millones de visitas mensuales, 1.0 millones de usuarios mensuales y 4.7 millones de páginas visitadas. El tiempo promedio de visita por usuario es de 4:10 minutos. Actualmente tienen 28.552 Me Gusta en Facebook y 28.479 seguidores.

1.6 Contexto nacional e internacional del área de trabajo

Aunque su sede sea la Ciudad de Guatemala, los países con mayor tráfico al sitio, según Google Analytics, son México, Argentina, Estados Unidos, España y Brasil. Mundo.com no tiene presencia física en otros países, aunque su contenido apunta a llegar a una audiencia latinoamericana, brasileña e inglesa.

Los contenidos que ofrece Mundo.com a su público son de entretenimiento, utilizando un lenguaje universal y contenido diverso que llame la curiosidad del espectador. Las notas largas muestran listados con fotografías sobre datos curiosos y fascinantes que suceden alrededor del mundo.

Las notas cortas, suelen demostrar diferentes fenómenos que se dan en diversos países o datos que vale la pena dar a conocer de manera rápida y efectiva. Estas notas tienen fotografías que las complementan y el texto es el principal contenido. La sección de test se ve complementada con diferentes tipos de cuestionarios que llaman la atención de los usuarios. El cuestionario de trivia busca medir el conocimiento de una persona respecto a una temática histórica o de intelecto. En cambio, el cuestionario de personalidad se aferra mucho a la forma de ser y de comportarse de cada uno de los usuarios.

Todos estos contenidos digitales son clasificados por secciones, las cuales sirven para encontrar rápidamente el contenido dentro de la página web y para darle una idea al usuario sobre el contenido que encontrará.

II. Plan de Práctica

2.1 Justificación

Dentro de la empresa Mundo.com la practicante se desarrolló en el departamento de Comunicación Digital. El periodo fue del 05 de junio al 29 de agosto del año 2017, cumpliendo con 450 horas de práctica profesional con horario de 8:00 de la mañana a 5:00 de la tarde de lunes a viernes.

Se realizaron específicamente estrategias de difusión de contenido a través de las redes sociales y la investigación de temas virales en el área del entretenimiento. Se decidió elegir este medio debido a que el periodismo digital ha tomado mucho auge en la última década dentro de una sociedad en red llena de tecnología.

Se debe investigar, analizar y manejar diferentes herramientas multimedia para poder presentar notas de carácter educativo, entretenimiento, publicitario y demás. Tener la oportunidad de practicar en un medio digital para el comunicador social es positivo ya que lo ayuda a convertirse en un periodista multitarea que use diferentes herramientas para poder producir notas que tienen la posibilidad de difundirse viralmente a través de las redes sociales y de las páginas web.

2.2 Perfil del puesto asignado

El puesto asignado para la realización de la práctica supervisada fue el de Asistente del Área de Contenidos Digitales para Mundo.com versión español. Se buscaba apoyar directamente en el departamento de redacción de contenido, ejecutando tareas varias que sirvieron de apoyo para el grupo de editores así como para la coordinadora del equipo de redacción.

La finalidad del puesto surgió como un apoyo directo a los redactores de contenido, buscando que las notas llegaran a la mayor cantidad de lectores registrados en las redes sociales de Mundo.com.

2.3 Especificaciones generales del puesto

Cabe resaltar que el puesto de Asistencia de Contenidos Digitales no existía con anterioridad en Mundo.com, ya que en el Departamento de Comunicación trabajaban únicamente los redactores de contenido, publicidad, elaboración de contenido multimedia y manejo de redes sociales. La practicante pudo apoyar de manera directa a todos los relacionados con la producción de contenido digital, en donde se esperaba que se pudieran aportar nuevas ideas que ayudaran a subir el número de visitas y de seguidores en las redes sociales de Mundo.com. Al inicio la practicante se informó de todas las áreas de la organización para poder comprender el proceso de producción de notas periodísticas y de difusión en sus diferentes plataformas web.

Se buscaron distintas estrategias para poder llegar a mayor número de lectores generando contenido de entretenimiento que llamaran la atención con temas que fueran fácilmente virales. Una tarea clave en el puesto de asistente de contenidos digitales fue poder comprender la línea editorial de Mundo.com y crear un documento en el cual especificara las características que el contenido debía de cumplir para poder ser publicado. La practicante hizo un análisis tomando en cuenta medios digitales que se dedicaran a elaborar notas de entretenimiento con difusión masiva. Se analizaron diferentes páginas de Facebook, canales de Youtube y sitios web.

Esto con la finalidad de buscar temas que fueran tendencia y además que llamaran la atención de los lectores. Este puesto fue importante para incrementar las visitas del sitio ya que los redactores de contenido debían de cumplir con una meta diaria de notas específicas lo que no dejaba mucho tiempo para poder buscar temas de notas que fueran populares entre los lectores y que llamaran su atención. La realización de notificaciones para celular y para computadora fue esencial para poder llamar la atención de los lectores informándoles sobre las nuevas notas publicadas en el sitio.

Esta fue una de las labores más importantes que se estableció desde el inicio de las prácticas supervisadas. La practicante debía seleccionar el contenido más llamativo redactado durante la semana y en 150 caracteres llamar la atención del lector para

poder redireccionarlo a la nota publicada en el sitio web de Mundo.com español. La practicante asistió en todo momento a los redactores de contenido creando distintas bases de datos de posibles temáticas, páginas de Internet dedicadas a publicar memes y canales especializados en entretenimiento a nivel mundial.

2.4 Objetivos establecidos

Los objetivos establecidos durante la realización de la práctica fueron los siguientes:

- 1) Crear estrategias de promoción de contenido a través de redes sociales.
- 2) Apoyar en trabajos de investigación de contenido que es viralizado por medios de entretenimiento en redes sociales.

2.5 Objetivos específicos

- 1) Investigar sobre tendencias actuales y contenido viral realizado por otros portales web de noticias de entretenimiento a nivel mundial.
- 2) Creación de 15 notificaciones de celular y computadora como mínimo, seleccionando las notas más importantes de la semana y dándolas a conocer a través de esta estrategia.
- 3) Programación de publicaciones en Facebook.
- 4) Producción de contenido digital de las notas de entretenimiento.
- 5) Edición de fotografías de portada y de ilustración dentro de las notas.

2.6 Funciones desarrolladas

Una estrategia de promoción de contenido que se implementó fue el uso de las notificaciones tanto para escritorio como para celular. En estas se buscaba atraer la atención del lector para que ingresaran a la nota publicada en el sitio web de Mundo.com. Esto se lograba con pocos caracteres y una imagen de 150 x 150 pixeles. Para poder realizar esta tarea lo primero que se debía de realizar era la selección de contenido que se transmitiría, al día se debían escoger dos notas fueran cortas o listas largas de fotografías y dos cuestionarios ya fuera de trivia o personalidad.

La practicante debía de leer el contenido generado a la semana e ir analizando las temáticas que funcionarían mejor dependiendo del día de la semana que fuera y la hora en la que se lanzaría. Luego se realizaba una lista donde se colocaban las cuatro posibles notas del día con sus respectivas horas ya establecidas por la línea editorial de Mundo.com. Este listado se le pasaba a la coordinadora de practica María José Figueroa para que los aprobara y en dado caso para discutir posibles cambios en la estructura propuesta. Luego se debía escoger la fotografía de portada que iría en la notificación. Esta se debía de cumplir ciertos lineamientos para poderse publicar en los que resaltaba la nitidez de la imagen, color y descripción del contenido que el lector leería. Luego se ingresaba el enlace de la nota, se colocaba un título llamativo con entonación, el nombre exacto de la nota y la fotografía que llamaría la atención del lector.

III.Fundamentación Teórica

3.1 Proceso de la Comunicación

Los medios de comunicación en la actualidad, constituyen una dimensión de la experiencia humana y se relacionan directamente la capacidad o incapacidad de comprender el mundo en que se vive. Según Baena y Montero (2014) la comunicación “se puede entender como una interacción social por medio de mensajes simbólicos que puedan codificarse formalmente, o sucesos que representan algún aspecto compartido de una cultura”. (p.5)

Cuando existe la comunicación, se transmite información por medio de un canal determinado. Quien recibe el mensaje de la comunicación se ve motivado hacia ella respondiendo con algún estímulo. Esta es un proceso importante en la vida social de los seres humanos ya que pertenecemos a una red comunicativa en donde existe siempre la interacción. La aparición de sistemas de comunicación abiertos y los sistemas sociales suponen que el colectivo humano ha llegado a alcanzar un nivel de interacción en el que la cooperación y la solidaridad se crean desde ciertos criterios pertenecientes a un grupo en específico.

Por otro lado, el Sistema de Comunicación se abre a la finalización de las organizaciones sociales que se van formando en un Sistema Social. Es en este proceso de apertura de la comunicación a la sociedad, cuando se identifican las actividades comunicativas, se institucionalizan e intervienen en la comunicación y en todas las variedades de actividades sociales, productivas y reproductivas. Dominick (2001) aporta que “los elementos del proceso de comunicación son los siguientes: la fuente, un proceso de codificación, un mensaje, un canal, un proceso decodificador, un receptor, potencial para la retroalimentación y un posible ruido.” (p.100)

Dentro de la comunicación, la fuente es la que inicia el proceso de transmitir una idea a uno o varios individuos. Entra en juego la codificación la cual le da un valor simbólico con diferentes caracteres que definen a un mensaje con el propósito de que se comprenda. Es con estos dos elementos anteriores que se crea el mensaje, el cual no es más que el producto físico real codificado por la fuente. Este mensaje utiliza canales, que se refieren a la forma en que el mensaje viaja hacia el receptor.

Luego de que el mensaje llega al receptor entra en juego el proceso de la decodificación. Según Dominick, (2001) “consiste en actividades que traducen o interpretan mensajes físicos a una forma que signifique algo para el receptor”. (p.1001)

El receptor es el encargado de recibir una determinada idea. Con el receptor se da el fenómeno comunicacional conocido como retroalimentación que no es más que aquellas respuestas del receptor que forman y alteran los mensajes subsecuentes de la fuente y representa la inversión del flujo de comunicación.

Se debe de tomar en cuenta que en este proceso de comunicación puede que exista el llamado ruido. Que se refiere a los elementos que impiden que el mensaje sea comprendido por el receptor. El ruido puede darse de distintas maneras, desde el ambiente en donde se esté llevando a cabo la conversación hasta problemas físicos que impidan que los elementos puedan comprenderse a la perfección. Es decir, ruido es todo posible sonido que interfiere en la llegada del mensaje del emisor hacia el receptor o viceversa.

3.2 Era Digital

El creciente despliegue de las tecnologías de la información, de la comunicación y de los productos de ocio han potencializado un consumo digital en un entorno complejo. Según Franco y Pellicer (2014) “cambian los productos pero también los consumidores y los propios redactores como productores de contenido, en este ecosistema cada vez más global: los llamados nativos conviven con los inmigrantes digitales”. (p. 28)

Quienes nacieron en un entorno digitalizado buscan la información en la web, quienes no lo hicieron comenzaron a adaptar su vida cotidiana con procesos relacionados a la era digital, tanto en el ambiente personal como laboral y social. Según Franco y Pellicer (2014) “el número de usuarios de internet creció de 361 millones en el año 2.000 a más de 2.4 millones en el año 2012, un aumento de 556%”. (p.28) Es importante agregar que la mayor parte de este crecimiento tuvo lugar en regiones en desarrollo del mundo.

Franco y Pellicer (2014) opinan que los usuarios utilizan sus *smarthphones* para recibir correos electrónicos, acceder a diferentes sitios de internet en un navegador, escuchar música, descargar aplicaciones e informarse o entretenerse a través de páginas web.

3.3 Web 2.0:

Según Prato (2010), O'Reilly (2004) acuñó el término Web 2.0 para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.” (p.13)

Aparecen los servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede llegar a ser modificada por usuarios que añaden o borran información constantemente por la facilidad de contribuir. Con conceptos esenciales como las redes sociales, los blogs, los wikis, enlaces y más. Tenenbaum (2006) aporta que la web 2.0 es una colección de tecnologías y metodologías emergentes que hacen de la web un espacio mucho más participativo, con más semántica y más de tiempo real. Creadores de contenido comienzan con una simple pero útil idea y la lanzan rápidamente, de forma que otros puedan perfeccionarlo y embellecerlo a su gusto. El proceso se conoce como colaboración masiva, miles de individuos construyen gradualmente sobre el trabajo de otros. Esto forma un lector más participativo, conocedor, exigente y creativo.

3.4 Comunicación digital:

Los cambios tecnológicos y la globalización mediática han obligado a las redacciones de principios del siglo XX a reconvertirse para adaptarse. Para Franco y Pellicer (2014) gracias al Internet la comunicación es inmediata, cambia nuestra forma de informarnos y relacionarnos, popularizando el concepto de aldea global, acuñado por el sociólogo canadiense Marshall McLuhan (1968). La convergencia digital abre a la comunicación a un territorio poblado, abandonando la linealidad y explorando la transmedialidad. Presenta cambios significativos en donde los textos abandonan por completo la linealidad y exploran nuevos horizontes.

Para Lazo (2016) “la narrativa digital surge y fluye en el hipertexto, en un soporte multimedia, con la utilización de diferentes códigos y lenguajes (textuales, gráficos, visuales, sonoros y audiovisuales). El mapa de interacciones es multidireccional, descentralizado, dinámico y móvil”. (p. 32) La interacción juega un papel esencial ya que facilita la intervención del usuario como emisor del mensaje, curador del contenido, productor y distribuidor de contenidos ya sean propios o también ajenos.

La comunicación digital adquiere nuevas características como es el caso de lo bidireccional, la comunicación es 'conversacional', ya que hay un flujo importante de información entre emisor y receptor. Siendo un vínculo comunicativo por el cual dos usuarios, muchos usuarios, grupos u organizaciones comparten significados dentro de un entorno virtual.

3.5 Principios fundamentales de la Comunicación Digital

La comunicación digital se encuentra formado por características complejas, con características específicas que la definen y distinguen. El usuario en la comunicación digital se encuentra inmerso en la tecnología y en todos sus sistemas de interacción en tiempo real con distintos usuarios. Para Lazo (2016) “la relación entre el usuario y las pantallas deriva en el internauta-participante, entendido como sujeto social, que se reapropia de los significados para reinterpretarlos, tras un proceso de intercambio de ideas en los distintos contextos en los que se relaciona.” (p.37)

La comunicación digital, según Salaverría (2005), se caracteriza por crear textos multilineales en donde la información se estructura mediante diferentes formatos que rompen la linealidad del discurso. También son multimedia, debido a que además de incluir imágenes de manera estética, pueden complementarse con diferentes sonidos o imágenes en movimiento. El texto puede mostrarse de múltiples formas dependiendo del gusto del autor. Salaverría (2005) también destaca que los textos digitales deben de ser interactivos ya que incorpora las diferentes dimensiones del tiempo y la distancia. La interactividad es clave ya que gracias a ella es posible que el usuario tenga una interacción con la diferente información que puede encontrar en el ciberespacio. El lector puede realizar diferentes actividades e interactuar con el contenido que se publica, en donde la audiencia ha adquirido mayor poder comunicativo que el que disponía en el modelo clásico de la comunicación.

Un factor clave para comprender la comunicación digital es el hipertexto. Según Salaverría (2005) “un hipertexto es, según su etimología, un texto que va más allá de lo que aparenta, que se trasciende a sí mismo. Es, en definitiva, un texto que a la anchura y la altura propias de la página impresa suma una tercera dimensión: la profundidad”. (p. 29)

En la web 2.0 se puede navegar por distintas páginas dejando a un lado el tiempo y el espacio. Como afirma Lazo (2016) “el hipertexto no hubiera sido posible sin el desarrollo de la tecnología informática, no existe hipertexto sin tecnología digital y su tratamiento con ordenadores. El aspecto tecnológico ha sido un factor decisivo para el desarrollo de este nuevo sistema de organización y acceso a la información.” (p.50)

La comunicación digital dispone de un extenso legado con distintas manifestaciones narrativas y artísticas procedentes. La hibridación de soportes, canales y códigos converge en un nuevo tipo de usuario que es internauta y participante. Como concluye Lazo (2016) En la era digital el texto está viviendo múltiples transformaciones que abarcan campos desde lo cognitivo y creativo a lo estructural. Los distintos roles del escritor y lector se difuminan y se van perdiendo las características del pasado que asociaban más pasividad al lector y más poder al escritor.

3.6 La Fotografía digital

La fotografía es una herramienta esencial para las notas informativas. Para Short (2011) “La fotografía posee la habilidad de describir de la misma distintos niveles literarios a la aparición visual y también de construir o manipular de forma directa la imagen.” (p. 10) Dentro del periodismo digital, la fotografía de portada en las notas compartidas en redes sociales resulta ser muy importante para obtener más visitas. Ahora, no solo existen fotografías en formato cuadrado, sino que se han creado diferentes herramientas como los *gifs* que es un elemento multimedia con movimiento.

3.7 Página Web

La página web resulta ser una plataforma donde se puede subir el contenido a la red, básicamente es el centro de comunicación con los usuarios. Se utilizan diferentes herramientas como el uso de redes sociales para compartir el contenido que se realiza, direccionando siempre al usuario a una página web. Los nuevos medios digitales usan las páginas web como herramienta principal para almacenar su contenido. Su diseño es esencial para hacer sentir cómodo al lector con la finalidad de que permanezca en la página web el mayor tiempo posible.

Existen diferentes tipos de página web que se clasifican dependiendo de su contenido, se pueden encontrar páginas de entretenimiento, de carácter noticioso, futbolístico, musical, páginas de opinión, blogs y más. Mundo.com es un medio de comunicación que se dedica a la entretenimiento en donde su página web clasifica su contenido por secciones con la finalidad de que el lector pueda encontrar con más facilidad las notas y pueda disfrutar de su lectura con una diagramación agradable que combina colores, fotografías y notas periodísticas. El estilo de la página web marca el sentido de los medios nativos digitales ya que según el tipo de página crean sus estrategias de difusión de contenido en redes sociales.

3.8 Redes sociales

Las redes son una estructura sistémica y dinámica que involucra a un conjunto de personas, organizados para poder cumplir un objetivo, que se enlazan mediante procedimientos y reglas. Prato (2010) agrega que las redes sociales describen todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social.

Para Fonseca (2014) “las redes sociales son la evolución de las tradicionales maneras de comunicar del ser humano, que han avanzado con el uso de canales y herramientas, y que se basan en la creación, conocimiento colectivo y confianza generalizada.” (p. 3) Esta se ha convertido en una herramienta para compartir y obtener información que se presenta en diferentes formatos.

Las personas buscan crear un espacio personal dentro de la web y puedan comunicarse con el mundo, sin tomar en cuenta el tiempo o la distancia. Para Boyd y Ellison citados en Chaffey y Ellis-Chadwick (2014) “los sitios de redes sociales son servicios basados en la web que permiten construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado.”

Estas permiten articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión. Cuando se habla de contenido digital, se debe tomar en cuenta que la red social determina el sentido que se le da a la nota. Cada red social tiene su propio perfil de usuario que consulta y se utilizan diferentes estrategias para llevar el contenido de la mejor manera dependiendo del canal, que en este caso es la red social. También el impacto y seguimiento de las noticias o de las temáticas tratadas puede analizarse a través de los comentarios publicados en las redes sociales, haciendo uso de herramientas creadas para operar en esas mismas plataformas.

3.8.1 Facebook

Para Prato (2010) “en febrero de 2004 fue lanzado el sitio Facebook. Esta red social fue creada originalmente para estudiantes de la Universidad de Harvard, aunque en la actualidad está abierta a cualquier usuario que quiera ser parte de ella.” (p.20) Es un espacio que permite publicar información personal, profesional, fotos, comunicarse en línea y ser parte de grupos según intereses personales.

En la actualidad está disponible para cualquier persona con correo electrónico. Los registrados pueden participar, relacionarse entre sí, y compartir todo tipo de contenido. Esta es la red social más utilizada por medios nativos digitales, los cuales utilizan Facebook para compartir su contenido y crear una audiencia de seguidores que sienten apego por la página así como con los contenidos que se comparten.

3.8.2 Youtube

Internet se ha convertido en un vehículo fundamental para la comunicación y el marketing, por su carácter hipertextual, multimedia e interactivo. Como menciona Atienza (2013) “estas características han convertido a este medio en un potente canal para el videoclip, fundamentalmente a través de la tecnología streaming. Se

puede afirmar que YouTube ha sustituido muchas plataformas para ver videos y escuchar música.” (p.162)

En esta plataforma muchas personas o empresas se dedican a viralizar videos e incluso existen canales dedicados únicamente a la producción audiovisual. En la actualidad se pueden encontrar sitios de Youtube que comparten de manera diferente el contenido, en vez de presentar una nota informativa, presentan videos con muchas imágenes y sonidos.

3.8.3 Twitter

Como opina Oliva y Hernández (2015), Twitter es una red social de microblogging, un servicio que permite a sus usuarios publicar en la web, mensajes breves de texto. Se utiliza para compartir e intercambiar información con un máximo de 140 caracteres, llamado *tuits*. Lo que caracteriza a esta red social es su facilidad de uso y la sencillez de su aplicación en términos móviles.

3.9 Ética en la comunicación digital

Para Suárez y Cruz (2016) la facilidad de crear contenidos a través de las tecnologías al alcance del gran público, pone en relieve nuevas cuestiones muy importantes, como la vulnerabilidad de los personajes ante la avalancha de opiniones y juicios valorativos, sin el filtro de los códigos deontológicos. Se tiene que tener presente siempre los principios éticos donde se valore y se cuide en todo momento la dignidad de las personas.

Muchos medios de comunicación buscan la inmediatez en lugar de la calidad de contenido, cometiendo errores notables que afectan a muchas personas. En la época digital se puede destruir la reputación de una persona en tan solo segundos, gracias a la facilidad de viralización y difusión a nivel mundial. Es importante como medio de comunicación crear un manual de línea editorial en donde la dignidad humana sea eje transversal para la creación de un contenido.

3.10 Medios convencionales y medios nativos digitales

El periodismo, como todas las profesiones en la época actual, ha tenido que acoplarse a las nuevas tendencias tecnológicas. Ante un mundo con un crecimiento

exponencial de dispositivos móviles y la masiva cantidad de personas que cuentan con acceso a Internet, los principales periodísticos del mundo se vieron motivados a crear distintas versiones digitales de sus clásicas publicaciones impresas. Estos son medios convencionales que se han trasladado a una versión web en donde muchos conservan tanto la versión digital como la impresa.

Aparecen los conocidos medios nativos digitales. Estos se dedican a la creación de contenidos que son publicados exclusivamente en la web, creando su contenido, su tipo de lenguaje y estrategias de repartición para una audiencia en Internet. En la actualidad, existen millones de medios digitales que buscan despertar un interés en el lector de la era 2.0. Mundo.com es un medio nativo digital que se dedica a la categoría de entretenimiento, que cuenta con distintos portales web dirigidos a lectores cibernéticos que se encuentran alrededor de todo el mundo.

IV. Informe de prácticas

La Práctica Supervisada se realizó del 05 de junio al 31 de agosto de 2017. A lo largo de este proceso se cumplieron una serie de funciones y actividades dentro de la plataforma Mundo.com, que buscaban como fin principal el apoyar directamente el área de creación de contenidos. Este es un medio de comunicación que se dedica a publicar distintas notas periodísticas, cuestionarios y listas de fotografías relacionadas con el entretenimiento a nivel mundial. Su contenido se divide en la sección de Salud, Famosos, Cuestionarios, Animales y Curiosidades.

Durante las prácticas la estudiante se encargó de crear estrategias de promoción de contenido a través de redes sociales como es el caso de notificaciones, programación de publicaciones en redes y producción de contenido digital. Otra de las cuestiones que la practicante demostró al medio de comunicación a lo largo de la realización de la práctica fueron las destrezas y habilidades que todo profesional de la comunicación debe presentar. Con distintas propuestas e ideas con el fin de aumentar el número de visitas y de lectores en la web.

En todo momento se presentó disposición para trabajar ya que existían días en donde la practicante debía dejar los proyectos asignados a largo plazo para apoyar a los redactores de contenido con notas que debían de publicarse en el día. Como se trata de un medio de comunicación digital, la inmediatez es una característica importante y el trabajo en equipo es primordial para siempre tener contenido para lanzar en las redes sociales.

Las funciones o actividades que realizó el practicante en el medio de comunicación, fueron: publicación en redes sociales, redacción de contenidos, curador de contenido, investigación de tendencias, análisis de medios que son competencia, edición de fotografía, realización de bases de datos y más. A continuación se presenta la experiencia vivida durante las 12 semanas en las que se trabajaron en dichos proyectos.

Mes de junio 2017

Semana del 05 de junio al 09 de junio

Entrando en el mundo de las notificaciones

Esta fue una semana importante para la practicante debido a que fue el primer contacto con Mundo.com. Se comenzó a conocer la institución a profundidad, se le brindó información básica sobre la visión y la misión del medio de comunicación digital. La practicante al lado de su supervisora fueron observando el proceso de redacción y la manera en la que los editores de contenido realizaban su trabajo diario. Las notificaciones desde un inicio fueron planteadas como una estrategia que la empresa quería implementar para poder tener un mayor contacto con sus seguidores y recordarle cada cierto tiempo las nuevas notas que la pagina iba generando. La practicante asistió a diferentes reuniones cortas para plantear dudas sobre las notificaciones, debido a que una de los objetivos de la practicante era generar 15 semanales.

Durante esta semana la practicante tuvo acceso a la cuenta oficial de Pushido, esta es una aplicación pagada que permite poder realizar notificaciones de escritorio en donde los usuarios pueden suscribirse y a través de un mensaje muy breve acompañado de una fotografía recibir el enlace de la nueva nota subida al portal web. Estas notificaciones van acompañadas de un texto inicial en donde se llama la atención del lector con frases cortas, iconos o signos de puntuación. Luego se debía colocar el nombre completo de la nota, el enlace directo, una fotografía de 150 x 150 pixeles que llamara la atención y una programación previa para que le apareciera al lector cada cierta hora. Como el público de Mundo.com es de diferentes países, las notificaciones se programaban a diferentes horas del día para que llegaran a la mayor cantidad de usuarios posibles. Por notificación se alcanzaba alrededor de 9,200 lectores según la aplicación Pushido.

Crear una Notificación

Título

Mensaje

Imagen o Icono
 Ningún archivo seleccionado
Tamaño recomendado: 62x62 px

Dirección URL

Parámetros UTM (Google Analytics)

Source / Origen

Medium / Medio

Campaign / Campaña

Vista Previa

¡Pobresitos!
 Fotos de accidentes a punto de suceder
<http://www.mundo.com>

URL de redireccionamiento https://www.mundo.com/curiosidades/fotos-de-accidentes-a-punto-de-suceder/?utm_source=browser&utm_medium=web_notification&utm_campaign=push_19061701

Sólo tú recibirás esta notificación.

Realización de notificaciones realizada por la practicante

Semana del 12 de junio al 16 de junio

Conociendo páginas de entretenimiento en la web

La supervisora de prácticas le explicaba a la practicante la necesidad que se tenía de conocer el tipo de contenido que otras páginas generaban con la finalidad de ver cuáles eran los métodos que utilizaban para llamar la atención del espectador. Mientras la practicante se indagaba por la red social Facebook encontró grandes páginas de entretenimiento con diferentes tipos de audiencia como BuzzFeed, HuffPost, Para curiosos, Upsocl, Vice y mucho más. En estas existía un contenido muy visual, con imágenes, notas cortas, memes y algunos ya incluían los videos. Las temáticas giraban en torno a celebridades, animales y cuestionarios de personalidad.

La estudiante generó diferentes listas de posibles temáticas de notas, también de las 10 páginas de entretenimiento top a nivel mundial y también de páginas de Facebook que se especializan a compartir memes en las redes sociales, ya que este tipo de contenido es el que más visitas genera en Mundo.com. La practicante notó también como muchas personas seguían los canales de entretenimiento de la red social Youtube. En donde se generaban listas cortas en forma de video, estas

publicaciones alcanzaban mayor número de seguidores y más vistas que las notas escritas. Esta fue una de las mayores sugerencias que la practicante dio a la página web, siendo una buena iniciativa ya que en la actualidad Mundo.com incorporó videos multimedia donde presenta sus notas de manera dinámica y exitosa.

Semana del 19 de junio al 23 de junio

Comenzando a publicar en Facebook

Mundo.com cuenta con diferentes portales web que se especializan según su grupo objetivo y ubicación geográfica de los lectores. Esta semana fue desafiante para la practicante ya que la cuenta Mundo.com Brasil solicitó de manera urgente a la estudiante que colaborara con las publicaciones de notas en Facebook.

Para la practicante esta fue una experiencia única ya que tuvo acceso a todas las cuentas maestras de la página y además se le confió la publicación del contenido que ya estaba traducido al portugués. La practicante esta semana tuvo que leer las notas, conocerlas y crear una publicación en Facebook que contara con un texto introductorio, imagen de portada y enlace directo con el portal web.

Una de las grandes dificultades encontradas fue el idioma, debido a que la estudiante no se encontraba familiarizada con el mismo. La practicante se apoyó de un traductor para poder convertir al portugués el texto que se deseaba colocar en redes sociales. La estudiante debía de llamar la atención del lector sin olvidar los elementos básicos como la fotografía de portada que es clave para que el lector ingrese a la nota.

También la estudiante tuvo la oportunidad de trabajar durante esta semana con el editor de contenidos de Brasil por medio de llamadas en línea para poder comprender la manera en la que trasladan las notas y crean ciertos contenidos con palabras muy específicas a su público objetivo.

Mundo.com Brasil
 Publicado por XYZ Network, Inc. [?] - 20 de junio · 🌐 · 🌐

He utilizado esto erróneamente toda mi vida 😂😂😂
 ⚙ · Ver original · Calificar esta traducción



Produtos Do Dia-a-dia Que Você Está Usando ERRADO
 BR.MUNDO.COM

395.046 personas alcanzadas Promocionar publicación

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

👍😂😂 2.168 Comentarios destacados ▾

572 veces compartido

Captura de pantalla del sitio Mundo.com Brasil, publicación realizada por practicante

Semana del 26 de junio al 30 de junio

Edición de fotografía

Fue la tercera semana para la practicante ya que colaboró en el área del diseño de las notas de entretenimiento publicada en Mundo.com español. Esta tarea consistía en editar fotografías de perfil o incluidas dentro de las notas que basan su contenido en imágenes. Para poder realizar esta tarea la practicante indagó sobre los principios de calidad de imagen de Mundo.com en donde las fotografías no debían de exceder su saturación ni de connotar algún mensaje que incluyera violencia, sexualidad o atentara contra una persona, ya que esto rompe con la línea editorial del sitio. Las fotografías fueron editadas en Adobe Photoshop y debían de tener un

color agradable a la vista y no abusar de los efectos que alejaran la foto de la realidad.

Las imágenes eran enviadas por los redactores de contenido, luego la practicante debía de editarlas o cambiarlas dependiendo del significado de la imagen. Esto se debía de hacer de manera rápida ya que las notas no podían ser publicadas sin las fotografías de acompañamiento. Algunas fotografías incluían cuadros de texto y otras tenían un efecto comparativo que enriquecían a las notas. Las imágenes de portada siempre debían destacar por sus colores y ser muy agradables a la vista incitando al lector a entrar a la nota.

Semana del 03 de julio al 07 de julio

Primera vez redactando para Mundo.com

La practicante desde el inicio tuvo el deseo de publicar alguna nota redactada por ella misma. Esta semana en Mundo.com fue posible la sección de cuestionarios es un espacio que genera muchas visitas para el portal web ya que se trabajan diferentes cuestionarios de personalidad o de trivia que buscan enlazarse con el lector con temas curiosos o de farándula.

El equipo de redacción decidió darle la oportunidad a la estudiante de redactar un cuestionario de personalidad, con un tema libre e imágenes al gusto de la practicante. Se realizó un cuestionario sobre la famosa serie de televisión Friends. El fin del cuestionario era que los usuarios averiguaran cuál de todos los personajes de la serie se identificaba más con su personalidad.

Esta nota fue complementada con diferentes imágenes y frases de puntuación. Luego de que la practicante terminara la redacción la nota fue enviada a un redactor de contenido para corroborar los datos y la funcionalidad del mismo.

¡Eres Phoebe!



Eres una persona única y segura. La vida te lanza dificultades casi constantemente, pero eres fuerte y sabes que tienes que encontrar tu propia felicidad en la vida. La gente tiene que ganar tu confianza, pero una vez que lo hacen, harías cualquier cosa por ellos.

Compartir resultado

f    +

Quizz de personalidad realizado por la practicante

Semana del 10 de julio al 14 de julio

Estrategias para aumentar visitas

Fue una buena semana para Mundo.com ya que se puso como meta subir el número de seguidores en Facebook y se logró incrementar 20.199 me gusta en una sola semana. El equipo editorial implementó estrategias como la creación de contenido curioso, cuestionarios e imágenes de entretenimiento. La practicante tuvo la tarea de escoger según resultados en Facebook (me gusta, comentarios y personas alcanzadas) las notas que más funcionaron durante los meses de enero a marzo.

El objetivo primordial de esta estrategia era incrementar las visitas con buen contenido que solo se había publicado en redes sociales una vez. La estudiante revisó todas las publicaciones de esos tres meses sacando las 15 notas que más funcionaron durante cada mes. Luego se analizó el contenido y las fotografías con la finalidad de encontrar fallas que podían ser corregidas. Esta fue una buena manera de incrementar visitas a base de contenido antiguo, donde en algunos casos se

cambiaron las fotografías de perfil y algunas imágenes dentro de la nota fueron editadas nuevamente.

Semana del 17 de julio al 21 de julio

Community manager

Esta semana la practicante tuvo la labor de manejar las redes sociales de Mundo.com español, fue variando los horarios de publicación con la finalidad de encontrar buenas horas para cada tipo de contenido. La practicante también tuvo que estudiar mucho el comportamiento de los usuarios tomando en cuenta variables como lo son los horarios, días de la semana, fecha del mes y tipo de contenido a publicar.

En Mundo.com español es en donde más cantidad de contenido se genera y para la practicante fue un gran paso que le permitieran tener acceso directo a la cuenta de Facebook y de Wordpress de este portal web. La practicante recibía las notas en un documento creado en Google Docs con la finalidad de ir seleccionando los enlaces colocados por los redactores de contenido. La estudiante se encargó únicamente de publicar notas cortas y notas largas de entretenimiento, salud y animales. Luego se debía de programar cada publicación con texto corto, enlace de la nota y una fotografía de portada llamativa.

Fue una buena oportunidad para colocar textos llamativos, utilizando iconos e imágenes con mucho color para cautivar al lector. Esta fue una labor muy retadora ya que el papel de un *community manager* es muy importante para generar visitas en el sitio web.



Captura de pantalla de publicación realizada en Facebook desde Mundo.com.

Semana del 24 de julio al 28 de julio

Traducción de notas

Mundo.com Brasil comparte el mismo contenido que la versión en español, pero el texto es traducido por una persona nativa de este idioma. La practicante tuvo la oportunidad de dividir el texto de las notas ya publicadas en el portal en español y pasarlo a un documento que sería traducido.

La estudiante tuvo a su cargo la traducción de 20 notas largas de entretenimiento en donde se seleccionaba únicamente el texto, sin fotografías o publicidad. Se realizó un documento en donde se especializaban los títulos, subtítulos y cuerpo de la nota con la finalidad de que fuera traducido por los trabajadores de Mundo.com Brasil. Al final de la semana la practicante ya contaba con las notas traducidas para poder ser programadas en el Facebook de Mundo.com Brasil.

Semana del 31 de julio al 04 de agosto

Programación de memes

La programación de memes es muy importante para el portal web Mundo.com debido a que un gran número de sus visitas se obtenían mediante a esta estrategia de viralización en las redes sociales. Estas imágenes debían de hacer referencia a un humor sano, en donde no se atentara la línea editorial de esta página. Muchas veces eran bromas sobre animales, mascotas, materias universitaria, situación sentimental y más.

La practicante debía de programar 8 memes al día durante diferentes desde las 2:00 a.m. hasta las 11:00 p.m. Estos formatos tomaban en cuenta la ubicación geográfica de sus seguidores que se encuentran en diferentes partes del mundo y son de distintas edades. La practicante debía realizar la publicación en Facebook acompañada de un texto corto y el meme.

Un logro muy importante para la practicante durante esta semana fue la elección de una meme que hace referencia de manera graciosa sobre la situación laboral de los jóvenes que llegó a ser viral en redes sociales la cuál alcanzó las 200,340 personas con 7,386 Me Gusta, 1,275 comentarios y 3,310 veces compartidas.



memes compartidos desde Mundo.com español, la practicante realizo la publicación más viral de la semana.

Semana del 07 de agosto al 11 de agosto

Creando un orden de publicaciones en Facebook

Esta semana la practicante tenía previsto continuar con la publicación de los memes en redes sociales. Cabe resaltar que el día martes de la semana se tuvo una reunión con la encargada de redacción en donde se planteó la necesidad de idear una forma de ordenar los contenidos que se publicaban en las redes sociales. En Mundo.com sí cuentan con una persona que realiza las publicaciones, pero debido a su inmediatez existen ocasiones en donde los redactores de contenido necesitaban programar ellos mismos sus notas y a veces existían publicaciones diferentes en la misma hora.

Por lo que la practicante propuso realizar diferentes documentos que se compartieran por medio de correo electrónico a los encargados de redacción y de publicaciones en redes sociales con la finalidad de llevar un mejor orden en las publicaciones. Al concluir la semana la estudiante presentó los formatos finales de los documentos compartidos por medio de Google Docs.

Semana del 14 de agosto al 18 de agosto

Escritura de primer nota larga

Durante esta semana la practicante culminó con el proceso de estrategias de difusión de contenido en redes sociales. Con muy buenos resultados, la supervisora de prácticas decidió darle la oportunidad a la estudiante de escribir una nota que fuera publicada en la sección de entretenimiento con el formato de nota larga con fotografías. Este fue un reto muy agradable debido a que durante el tiempo de práctica la estudiante pudo convivir con los editores de contenido y conocer la manera en la que ellos redactaban. Al inicio de la semana se comenzaron a presentar diferentes opciones de temas que podían funcionar en las redes sociales.

Con ayuda de la supervisora de contenidos se llevó a cabo el tema en donde la practicante redactó sobre “Películas casi idénticas que fueron lanzadas al mismo tiempo”. Fue una experiencia enriquecedora ya que la estudiante debió de investigar mucho sobre diferentes películas de distintas épocas debido al grupo objetivo.

Siendo una buena experiencia poder redactar todos los textos, subtítulos, edición y selección de fotografías.



The image shows a screenshot of a web article from Mundo.com. The article title is "Películas casi idénticas que fueron lanzadas al mismo tiempo". Below the title, the article is identified as "Armageddon (Julio 1998)". A photograph shows five astronauts in orange suits. Below the photo, there is a small "Cifras:" label and a paragraph of text describing the movie "Armageddon" as a 1998 science fiction and disaster film directed by Michael Bay, produced by Jerry Bruckheimer, and starring Bruce Willis, Billy Bob Thornton, Ben Affleck, Liv Tyler, and Owen Wilson.

Nota larga de fotografías realizada por la practicante, publicada en la sección de curiosidades.

Semana del 21 de agosto al 25 de agosto

Asignaciones de cierre

La última semana de la practicante en Mundo.com se dedicó a terminar ciertas asignaciones y a dejar listas las notificaciones de la semana. Durante esta semana la estudiante pudo darse cuenta de todas las habilidades que aprendió respecto al periodismo digital y el contenido viral en las redes sociales. Por lo tanto, la practicante puede asegurar que uno de los mayores logros a lo largo de la práctica fue la creación de diferentes estrategias de difusión en las redes sociales, las cuales buscaban el aumento de visitas a la página web. Finalizado el proceso de prácticas de todo lo planificado dentro del plan de prácticas se concluyó con el implemento de documentos oficiales de fuentes de contenido, temas virales, canales de Youtube, cuadros de orden de publicaciones y más.

Esta experiencia de Prácticas Supervisadas fue gratificante para la alumna ya que le permitió conocer el mundo laboral de un campo de la comunicación que jamás había trabajado, el periodismo digital. Estos meses ayudaron a que la practicante pudiera vivir la experiencia del trabajo en un medio de comunicación masiva en donde eran necesarios conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera profesional.

V. REFLEXIÓN DE PRÁCTICA SUPERVISADA

La siguiente reflexión va enfocada a la experiencia de practica supervisada realizada en el medio de comunicación Mundo.com, en el cual la practicante ejerció su labor como asistente del área de redacción de contenidos utilizando diferentes estrategias de difusión de contenido en las redes sociales y búsqueda de temáticas virales alrededor del mundo compartidas por medios de entretenimiento. Esta experiencia se llevó a cabo durante los meses de junio, julio y agosto del año 2017. Hoy en día el profesional se enfrenta a una serie de retos en su diario vivir, en donde es necesario aplicar la teoría aprendida y la práctica adquirida en distintos momentos de la vida laboral.

El profesional debe enriquecer su conocimiento continuamente aprendiendo nuevas teorías y aplicaciones. Y de eso precisamente se trata la vida profesional, de la constante aplicación de conocimientos adquiridos en la formación educativa, para dar la mejor respuesta a los problemas que se presentan. Todos los campos profesionales son necesarios para aportar herramientas que ayuden al avance del mundo. Como en el caso de las Ciencias de la Comunicación, en donde su aporte es esencial en diferentes ramas de la sociedad.

En este caso, la practicante se desarrolló en el área del periodismo digital y la creación de estrategias dirigidas a la difusión de contenido viral a través de las redes sociales. Realizar esta labor fue un reto para la practicante debido a que los cursos de la universidad sí preparan al estudiante para conocer herramientas web y el campo de la era digital, pero no se enfocan específicamente al manejo de las redes sociales de una empresa o de un medio de comunicación que busca alcanzar objetivos de ventas a través de contenidos realizados y difundidos por este canal.

Sin embargo, cuando se le solicitó a la practicante realizar investigaciones de contenido, la capacidad de búsqueda de diferentes fuentes y de parafraseo fue vital para poder cumplir con los objetivos de la practica supervisada. Se puede afirmar que la universidad le proporcionó a la estudiante suficientes herramientas para que se pudiera ejecutar esta labor con facilidad y éxito. Al igual que en tareas relacionadas a la creación de contenido multimedia, en donde la practicante tuvo la iniciativa de crear un contenido distinto gracias a las herramientas aprendidas durante su carrera universitaria. Como sostiene Sánchez (2009), el verdadero

periodismo digital llega a romper con la comunicación lineal y unidireccional. Esto quiere decir que es mucho más que trasladar contenidos de la prensa escrita a la red; implica múltiples voces, abundantes posibilidades de presentar la información, de contextualizarla y de complementarla.

La teoría se aplica perfectamente en Mundo.com debido a que este es un medio de comunicación nativo digital que crea sus estrategias de redacción en base a la vitalización en redes sociales, se utilizan formatos específicos y una escritura bastante ligero para llegar de mejor manera al lector. Utilizando distintas maneras de presentar la información con fotografías, videos, cuestionarios, notas informativas cortas y notas periodísticas apoyadas únicamente con imágenes. La primera tarea que se le asignó a la practicante fue la creación de notificaciones como una herramienta básica para la difusión de contenido a través de las redes sociales. Para ello, la practicante debió de utilizar su capacidad de síntesis y de redacción de contenido llamativo, breve y conciso. Definitivamente el trabajo constante de los catedráticos universitarios en exigir la buena redacción desde un inicio de la carrera facilitó la tarea del practicante.

La clase expresión escrita recibida el primer año de licenciatura fue de gran ayuda ya que se la practicante debía de poner en practicante reglas ortográficas tan simples como el uso de tilde y no abusar de los verbos o muletillas al momento de redactar. Cuando se habla de un medio digital, se tiene que tener presente que su capacidad de vitalización es muy fácil en donde no se pueden cometer errores por más corto que sea el párrafo ya que llega a una gran cantidad de lectores que son exigentes con los medios de comunicación que leen. El ciberperiodismo ha instalado grandes desafíos ante la necesidad de publicar información en tiempo real para audiencias altamente alfabetizadas.

El nerviosismo al presentar la primera estrategia de comunicación era evidente debido a que su inexperiencia en este campo de la comunicación la tenía insegura. A pesar de que las expectativas del medio de comunicación respecto al trabajo de la practicante eran bastante altas, desde un inicio se creó una relación de diálogo con la empresa para poder tener un campo abierto para las dudas y la retroalimentación. Para el comunicador el diálogo y el trabajo en equipo es esencial para poder realizar de buena manera las tareas asignadas. La practicante desde un inicio tuvo presente

que a pesar de que se estuviera desarrollando en un campo laboral, se debían de mantener relaciones respetuosas y de mucha comunicación con los miembros del equipo de redacción.

Las clases de comunicación grupal y taller de expresión oral fueron esenciales para que la estudiante pudiera tener una buena relación creando campos de conversación en donde se retroalimentará su trabajo dando espacios a posibles mejoras. Esto ayudó a que la experiencia de práctica fuera muy agradable ya que la estudiante no tuvo miedo desde un inicio a preguntar o expresar sus dudas con la finalidad de presentar también distintas propuestas que ayudaran a cumplir con los objetivos internos de Mundo.com.

A nivel personal también una buena experiencia enriquecedora ya que la practicante ya se había desarrollado en distintos campos laborales en donde conocía a la perfección el campo en el que se desarrollaba. El no sentirse 100% seguro de lo que estaba haciendo lo motivaba a esforzarse al máximo y no ser experta en el tema también hizo que se saliera de su zona de *confort* investigando y recordando conocimientos adquiridos a lo largo de toda la carrera universitaria.

Echevarría y Viada (2014) añaden que el periodismo digital supone contenidos multimedia como redes sociales, videos y fotografías. Es un periodismo multiplataforma, lo que supone que un periodista debe crear contenidos para ser vistos desde celulares, tablets o en grandes pantallas que son vistas alrededor del mundo. Una labor muy importante que realizó la practicante fue la difusión de estos contenidos en las diferentes redes sociales de Mundo.com.

Para poder compartir una nota en redes sociales, la practicante debía de tomar en cuenta la estética de la publicación. El curso de fotografía fue una herramienta muy importante para poder crear imágenes que llamaran la atención del lector y lo hicieran leer la nota completa. Los conocimientos adquiridos en la universidad fueron de mucha ayuda, aunque hubo momentos en donde la estudiante desconocía de ciertas herramientas de Photoshop y de edición de fotografía, ya que no se conocieron a profundidad durante la experiencia académica.

El uso del color, combinaciones y del tipo de efecto que se le da a la imagen influye mucho al resultado final. Miembros del equipo de redacción ayudaron a la practicante a poder determinar el significado que se denota de una simple fotografía. Los pequeños detalles influyen al momento de querer hacer viral una fotografía en Internet.

Para compartir una nota en redes sociales también se debía conocer perfectamente al grupo objetivo al que iba dirigido el contenido, dependiendo de su nacionalidad y también de su edad. Para la practicante esta tarea fue un reto muy grande ya que debía compartir un mensaje en pocas palabras que llamaran la atención del lector y convertir el contenido viral. El Seminario de Comunicación en la era digital también fue de gran ayuda para poder hacer publicaciones debido a que se pudo poner en práctica las herramientas bases para hacer que un contenido llame la atención en las redes sociales. Utilizando un título corto pero conciso, una fotografía congruente que no confunda a la audiencia y entre otros.

El curso de Tendencias de las *New Media* también fue una herramienta clave para poder compartir contenido en las redes sociales ya que en este curso se aprendió a conocer de mejor manera a los usuarios de internet en donde el contenido visual es cada vez más importante. En esta clase universitaria se pudieron adquirir conocimientos respecto al uso de herramientas multimedia, del uso de negritas, subtítulos claves, *gifs*, memes, pequeños videos y más. La estudiante propuso diferentes estrategias de difusión de contenido como lo es el caso de los videos, en donde Mundo.com implemento este tipo de herramienta para incrementar sus visitas al portal web.

Al momento de publicar en redes se debe de tener muy claro cuál es el lenguaje que se debe de utilizar, cual es el tono y la intención que se desea transmitir al lector ya que solamente se tiene una oportunidad en cada una de las publicaciones. Por lo que la clase de Lenguajes Web fue útil en cuanto a entender cuál era el sentido de las publicaciones, que era lo que el público espera leer y cuál es la mejor manera de poder hacerlo siendo breve transmitiendo siempre un sentido de amabilidad. Echevarría y Viada (2014) aportan que para escribir de forma periodística en la Web se deben tomar en cuenta varios aspectos: escribir bien, tener claro qué contar y conocer el medio digital en el que el contenido se expondrá.

Esta parte de la teoría si se cumplió en la experiencia de prácticas supervisadas ya que la estudiante fue encargada de realizar distintas publicaciones y también dos notas periodísticas que fueron publicadas en el portal web de Mundo.com en español. Fue una tarea desafiante, ya que no se contaba con una experiencia previa en este campo de la comunicación. Las notas realizadas debían de ser revisadas por la encargada de contenidos para poder publicarlas.

Se pudo observar como la universidad sí cumplió con brindarle las herramientas suficientes a la practicante para poder expresarse de manera adecuada por medio de la escritura. No solo por los cursos de periodismo que se imparten a lo largo de la carrera, sino por la buena redacción y ortografía que se exige en todas las clases teóricas.

Otro punto muy importante dentro de la experiencia de prácticas fue el conocimiento previo que se tenía respecto a distintas aplicaciones que se utilizan dentro de medios nativos digitales para poder medir su éxito. Como parte de la experiencia de prácticas supervisadas, la estudiante debía colaborar directamente con el incremento de visitas a la página web monitoreando las temáticas que medios que son competencia utilizaban para llamar la atención de sus seguidores.

Durante este proceso, la practicante asistió a diferentes reuniones editoriales en donde se hablaba de la importancia de herramientas como *Google Analytics* y *Alexa* para monitorear el éxito del portal. Estas páginas web tienen la función de determinar el éxito de un portal digital, midiendo la cantidad de usuarios que se registran y comparándolos con otros sitios que se dirigen su contenido al mismo grupo objetivo.

Gracias a la clase de proyectos web, la estudiante tenía un conocimiento previo de sitios como estos que no son conocidos habitualmente por universitarios. Para la practicante fue una gran herramienta ya conocer cómo funcionaban estas páginas ya que más que explicar se daba por hecho que estos conocimientos ya se tenían. Esta clase fue muy útil ya que fue impartida por un periodista que explicaba la importancia del equipo de redacción dentro de una empresa y como se creaban los contenidos utilizando herramientas diferentes al modelo clásico del periodismo escrito. Por lo que se puede afirmar que la practicante se sentía preparada dentro de las reuniones editoriales gracias a este curso recibido en la universidad.

La universidad brinda herramientas digitales que son esenciales al momento de redactar para un medio digital. El problema con la era digital es que se mantiene en constante actualización, avanzando de una manera muy rápida creando distintos métodos de difusión y herramientas de comunicación con los usuarios. Las condiciones de producción están en permanente cambio y tienen que ver con las posibilidades y desarrollos de cada medio. En donde el conocimiento adquirido dentro de la universidad puede verse desactualizado frente a medios de comunicación que se mantienen en constante innovación. Por lo que la investigación y la búsqueda de nuevas herramientas resultan esenciales en una carrera Ciencias de la Comunicación.

Durante el proceso de prácticas supervisadas la estudiante debió de colaborar en todo momento con el equipo de redacción cumpliendo su papel como asistente del área de contenidos. Se le solicitó también manejar la interacción con los usuarios y monitorear la reacción de los usuarios respecto a las notas que se iban publicando dentro de las redes sociales y la página web de Mundo.com. Según Echevarría y Viada (2014) que los diferentes medios digitales permiten, como ningún otro, la participación de los usuarios. Esto es posible a través de los comentarios, de la corrección de errores, del envío de fotografías o videos sobre determinados sucesos, brindar su punto de vista sobre determinada temática o emitir un mal comentario sobre una nota realizada. Esto se pudo aplicar debido a que la estudiante pudo darse cuenta de constante retroalimentación que los usuarios emiten a través de las redes sociales.

En Mundo.com el lector era esencial para la creación de contenidos y de nuevas herramientas de difusión de contenidos. Se tomaba en cuenta su opinión para poder crear nuevas temáticas, ya que el redactor siempre debe de pensar primero en su grupo objetivo para crear un contenido especializado y así tener más probabilidades de difundirse a través de las redes sociales. En este sentido, la estudiante consideró que necesitaba más conocimiento académico para poder entender al lector, ya que en muchas clases se resaltaba la necesidad de tener un grupo objetivo pero hicieron falta distintas estrategias para conocerlo y poder crear un contenido en base a los gustos del lector.

Para la practicante fue interesante poder leer los comentarios que enviaban los usuarios ya que algunos compartían sucesos muy personales de su vida y otros emitían comentarios negativos dependiendo de su punto de vista. Por lo que el uso de la ética es esencial dentro de un periodismo digital que es capaz de poder difundirse de manera viral en tan solo un par de segundos. Siendo un tema que se debe de tratar con mucha cautela ya que muchos medios olvidan la dignidad de las personas buscando difundir viralmente un mensaje.

La practicante pudo observar como es de importante tener empatía y entender al lector en cuanto a las razones por lo que comentan negativamente o se muestran afectados respecto a ciertas notas publicadas. Una de las tareas más importantes fue la revisión de contenido antiguo realizado en Mundo.com. La estudiante debía corregir todos los comentarios o las fotografías que reflejaran un mensaje negativo que atentara contra la dignidad humana. Para este tipo de asignación la estudiante utilizó ciertos conocimientos adquiridos en las clases de ética impartidas en la universidad. La practicante pudo expresarle al equipo de redacción lo importante que es tener una línea editorial que guarde todos los valores de la empresa y que sirva de base para crear un contenido que sea agradable para los lectores.

Durante estas clases la estudiante pudo poner en prácticas valores que fueron muy útiles a lo largo de la práctica supervisada, desde el ámbito personal hasta el laboral. Aplicándolo a la teoría ya que para Suárez y Cruz (2016) la facilidad de crear contenidos a través de las tecnologías al alcance del gran público, pone en relieve nuevas cuestiones muy importantes, como la vulnerabilidad de los personajes ante la avalancha de opiniones y juicios de valor, sin el filtro de los códigos deontológicos.

Un área de trabajo que vale la pena mencionar es la de manejo de diferentes idiomas. Mundo.com es un portal web con diferentes plataformas que realizan su contenido en inglés, español y portugués. La estudiante realizó tareas para los tres portales en donde el idioma muchas veces fue una de las dificultades más grandes. En la universidad se imparten cursos de inglés que ayudaron a la estudiante a poder llevar a cabo las tareas asignadas, sintiéndose cómoda manejando dicho idioma.

En el caso del portugués, la practicante no tenía conocimiento alguno por lo que tuvo que apoyarse de traductores en línea para poder trabajar. Es sugerirle que la universidad brinde la oportunidad a los estudiantes de Ciencias de la Comunicación

de aprender un tercer idioma, ya que en muchos campos de la vida laboral este es un requisito esencial para poder aplicar a distintos puestos.

Por otro lado, durante el proceso de prácticas supervisadas la estudiante propuso diferentes ideas para que el área de redacción de contenidos llevara un mejor orden respecto a las temáticas a utilizar y los formatos de disfunción en las redes sociales. Esto fue algo muy positivo para Mundo.com ya que la estudiante facilitó distintos documentos en donde los redactores de contenido podían organizarse entre sí para evitar crear notas periodísticas de temáticas similares o publicar en un mismo horario en las redes sociales. Esto se pudo proponer gracias a los conocimientos adquiridos y a la exigencia de los catedráticos durante la carrera universitaria en donde el orden era esencial para desempeñar un buen trabajo y así cumplir los objetivos de la empresa.

Al finalizar la práctica, la estudiante se vio obligada a ser mucho más ordenada con sus ideas y por ende, a planificar e investigar. La experiencia de prácticas ayudó a que la estudiante comprendiera el amplio mundo de la comunicación digital, adquiriendo herramientas muy útiles que seguro aplicará a lo largo de toda su vida profesional. La universidad sí provee de las herramientas necesarias para enfrentarse al mundo laboral, pero mucho depende del empeño y la atención que cada estudiante le ponga a las distintas áreas en las que se puede incursionar.

A manera de conclusión general, la experiencia de Práctica Supervisada ayudó a que la estudiante pudiera darse cuenta de los nuevos métodos que existen frente a un periodismo adaptado a la tecnología y a sus recursos. A pesar de que la manera de escribir y transmitir los mensajes fue evolucionando, el papel de los comunicadores sigue siendo clave respecto al término digital. No solo se redactan las notas informativas o multimedia que se quieren compartir en las redes sociales, sino que también se debe tomar en cuenta el público objetivo para poder presentar un contenido creativo y así llamar atención de un lector cibernético que es cada vez más exigente.

Conocer a los lectores resulta esencial, así como también lo es conocer a la perfección el canal que se está utilizando para transmitir el mensaje. El papel del comunicador no se limita a crear un contenido que será difundido, sino es llamar la

atención del lector entre muchas noticias que se pueden ver en un minuto navegando por las diferentes redes sociales.

El conocer las redes sociales y su funcionamiento resulta importante en un medio de comunicación nativo digital, ya que en base al canal se debe también crear el contenido. La investigación de temáticas llamativas, originales y útiles resulta clave para la creación de contenido que enriquezca los conocimientos de un lector que lee, se informa y crea espacios digitales por su propia cuenta. No se trata solo de acumular reacciones y comentarios en las redes sociales, sino de crear una relación estrecha con los usuarios agradándolos con diferentes herramientas multimedia que no falten a sus principios.

La comunicación digital brinda una nueva perspectiva en los procesos de vida, en la manera de comunicarnos y de comportantes en la web 2.0. Los lectores ahora son más exigentes, creativos y productores del mismo contenido. Esto, implica muchos retos y desafíos para el comunicador que labora en un medio de comunicación digital o en distintos campos de esta carrera. Implica poder organizarse, investigar y utilizar la creatividad como un factor diferencial, utilizando herramientas de fotografía, redacción, ética, valores, trabajo grupal y más. Esto con el fin de poderse desempeñar de manera positiva en un campo laboral ligado a la tecnología que se encuentra a la vista de muchos lectores que esperan un contenido entretenido, original y de calidad.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

- El proceso de prácticas que la Universidad Rafael Landívar posee puntos muy fuertes que permiten que los estudiantes puedan desenvolverse de una manera adecuada dentro del proceso de práctica supervisada. El conocimiento adquirido durante los distintos cursos de ética hace que el landivariano sea visto de manera positiva y que este pueda desarrollarse ante situaciones que desafíen los valores personales.
- La realización de prácticas supervisadas permite al alumno relacionarse con el mundo laboral en una experiencia enriquecedora. La practicante tiene la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de su carrera profesional.
- Se puede concluir que se cumplieron los objetivos establecidos en el plan de práctica. La estudiante creó distintas estrategias de difusión de contenido a través de las redes sociales así como asistir directamente a la redacción de contenidos publicados en el portal web de entretenimiento Mundo.com
- En cuanto al manejo de las redes sociales de una organización, el comunicador tiene la importante labor de conocer al grupo objetivo del medio de comunicación con la finalidad de crear un contenido agradable y llamativo.
- La fotografía es un recurso fundamental en la comunicación digital, esta debe de captar la atención de un lector que está expuesto a una gran cantidad de noticias al día. Por esto, la imagen debe de combinar de manera efectiva los recursos del color, la claridad, la semiología y el enfoque.

- Escribir para un medio de comunicación digital implica un proceso previo de investigación, analizando las temáticas populares y aceptadas por los lectores. Utilizando fotografías agradables para la vista que llamen la atención con un contenido original y funcional.
- Desarrollarse en el ámbito de la comunicación digital implica ser un comunicador multitarea. Que investiga, elabora contenido, edita fotografías, redacta, trabaja en equipo, entre otros.
- Se concluye que conocer el canal en donde se va a difundir un mensaje en las redes sociales es clave, ya que este traza las bases para llegar al público objetivo. El contenido se realiza en base al lugar por donde se difundirá, esto garantiza su mejor funcionamiento y aceptación por los cibernautas.
- Realizar el plan de práctica estableciendo objetivos determinados entre el estudiante y la empresa es esencial. Estos permiten que existan metas a alcanzar y que las actividades que el estudiante realice vayan enfocadas a una cierta labor. En este caso la estudiante puede hacer un mejor papel y dejar un cambio dentro de la organización en donde realizó esta experiencia.

6.2 Recomendaciones

- Se recomienda a la Universidad Rafael Landívar que fomente el estudio de un tercer lenguaje en carreras como Ciencias de la Comunicación. Esto se debe a que el estudiante necesita desarrollarse en distintos campos que en la actualidad exigen el conocimiento de distintos lenguajes además del inglés y por supuesto, el español.
- Se exhorta al Departamento de Ciencias de la Comunicación, a incluir dentro del pensum más cursos relacionados con la comunicación digital y al manejo de las redes sociales. Ya que estos ayudarán a que los estudiantes tengan experiencia en el mundo de las tendencias digitales ya que es la nueva forma de comunicación.

- Se recomienda al estudiante de comunicación poner en práctica los conocimientos adquiridos en clases como comunicación grupal. Está es una clase importante para la buena convivencia y el desarrollo dentro los lugares de trabajo.
- Se recomienda a la universidad exigir más respecto a clases relacionadas con edición de fotografía. Esto se debe a que el contenido visual es cada vez más importante y el estudiante debe tener herramientas que lo ayuden a destacarse de la competencia y a conocer nuevas técnicas de edición para generar una mejor imagen final.
- Es recomendable que la universidad prepare a quienes estén estudiando comunicación para que afronten los nuevos retos de la era digital. Los estudiantes deben realizar o modificar los diversos archivos multimedia que existen. Además, conocer las diversas herramientas web, como las etiquetas o las palabras clave. Es importante que conozcan cuál es la dinámica que hay en las distintas redes sociales que existen.
- Se recomienda a la Universidad Rafael Landívar y al Departamento de Comunicación a seguir cultivando las destrezas necesarias para enfrentar la vida laboral, ya que de no haber sido así el practicante no hubiera tenido una experiencia profesional tan gratificante y positiva

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atienza, M. P. (2013). *Historia y evolución del montaje audiovisual: de la moviola a Youtube*. Editorial UOC: Barcelona.
- Baena, G. & Montero, S. (2014). *Ciencias de la comunicación 1*. Grupo Editorial Patria: México.
- Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2014). *Marketing digital: estrategia, implementación y práctica*. Pearson Educación: México.
- Dominick, J. (2001). *La dinámica de la Comunicación Masiva*. McGrawHill: México.
- Fonseca, A. (2014). *Marketing digital en redes sociales: lo imprescindible en marketing online en las redes sociales para tu empresa*. Recuperado en línea el 9 de septiembre de 2017 de: <http://bit.ly/2cE5f8V>
- Franco, M. & Pellicer, M. (2014). *Optimismo para periodistas claves para entender los nuevos medios de comunicación en la era digital*. Editorial UOC: Barcelona.
- Lazo, C. & Gabelas, B. J. A. (2016). *Comunicación digital: un modelo basado en el factor r-elacional*.
- Oliva, C. & Hernández, M. (2015). *Formas de Comunicación en el siglo XXI*. Dykinson: Madrid. Recuperado en línea el 9 de septiembre de 2017 de: <http://ow.ly/J7xd30f5bTJ>
- Prato, L. B. (2010). *Aplicaciones web 2.0: redes sociales*. Editorial Universitaria Villa María: Madrid.
- Salaverría R. (2005). *Redacción de periodismo en internet*. Editorial Eunsa: Madrid.
- Short, M. (2011). *Contexto y narración fotográfica*. Editorial Gustavo Gili: España.
- Suárez, J & Cruz, J. (2016). *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Editorial Dykinson: Madrid.
- Tenenbaum, J. M. (2006). *La Inteligencia artificial se encuentra con la Web 2.0: Construyendo la web del mañana, hoy*. CommerceNet Labs: Estados Unidos.

ANEXOS

ANEXOS

DOCUMENTOS

NO.1: CARTA COMPROMISO



CARTA DE COMPROMISO PARA REALIZACIÓN DE PRÁCTICA SUPERVISADA DE ESTUDIANTES DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

En la Ciudad de Guatemala, a los 30 días del mes de mayo del año dos mil diecisiete, nosotros: en nombre del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades de la **Universidad Rafael Landívar -URL- y Mundo.com**, firmamos esta Carta de Compromiso para desarrollar un proceso conjunto de formación de estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

El objetivo de la Práctica Supervisada es que la estudiante interrelacione los aspectos teóricos aprendidos durante la carrera con la experiencia práctica, insertándose en un ambiente análogo al campo laboral de la comunicación, en condiciones similares a los del grupo de personas que ya están trabajando en la entidad.

El período de práctica consta de **450 horas** que deberá cubrirse en jornada a tiempo completo (8 horas diarias, 40 a la semana). La contabilización de horas deberá iniciar el **5 de junio** y culminar el **29 de agosto** del año en curso o hasta haberse cumplido la totalidad de horas antes indicadas.

De acuerdo con estas primeras disposiciones, las partes proceden a comprometerse de buena voluntad en los siguientes puntos:

En representación de **Mundo.com**, yo, **Carlos Cabrera**, me comprometo a:

Primero: proporcionar un espacio a la estudiante **Christa Anellese Samayoa Ruano**, carné **1109613** con las condiciones laborales adecuadas para que el proceso de aprendizaje sea lo más óptimo posible, considerando que la practicante desarrollará su trabajo como si fuera una colaboradora más.

Segundo: ser el canal de comunicación con la estudiante-practicante, o bien, designar a **María José Figueroa Blanck**, como intermediario para el efecto.

Tercero: garantizar la supervisión y el acompañamiento de todo el proceso de práctica, lo que implica ofrecer tiempo para supervisar y enseñar a la practicante, actividad que puede ser desarrollada por la persona responsable designada anteriormente, quien deberá mantenerme informado de los avances y/o dificultades que se registren.

Cuarto: a no propiciar que la estudiante-practicante realice trabajos o labores que no sean atingentes a la comunicación o relacionados con su carrera profesional.

Quinto: brindar la correspondiente retroalimentación que requiera la URL, así como firmar los formatos de control de asistencia semanal de la practicante o, bien, delegar esa función en la persona designada.

Sexto: brindar un informe final de la estudiante-practicante, de carácter confidencial, lo más apegado a la realidad de la práctica y a la ética profesional.

Séptimo: no otorgar ningún pago a la practicante por la labor desempeñada en la institución que represento.

En base a estos puntos la Mgtr. Miriam Madrid, en calidad de Directora del Departamento de Ciencias de la Comunicación, se compromete a:

Primero: velar porque se cumplan los objetivos de esta formación complementaria, en el marco del curso Práctica Supervisada.

Segundo: designar a un docente para que realice un monitoreo semanal del cumplimiento del plan de trabajo propuesto y evaluar en forma constante el ejercicio de la práctica profesional. Asimismo será quien deberá velar porque la estudiante-practicante realice un trabajo de calidad, apegado a la ética y cumpliendo las normas de la entidad.

Tercero: delegar a la Coordinadora de Práctica Supervisada, Licda. Myriam Chicas para acompañar el proceso de supervisión cuando este se trate de aspectos administrativos o de asuntos susceptibles relacionados a la experiencia.

Por tanto, yo, **Christa Aneliese Samayoa Ruano, carné 1109613**, estudiante de quinto año de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rafael Landívar, me comprometo a:

Primero: cumplir todas las normativas, sugerencias y observaciones que reciba de la Coordinadora de Práctica Supervisada, de los Docentes del curso, así como los responsables en la entidad que me brinda la oportunidad de realizar la Práctica Profesional.

Segundo: cumplir con los horarios establecidos, trabajar con responsabilidad ética, moral y social, así como velar por mi seguridad personal, no cometiendo actos temerarios o imprudencias de ningún tipo.

Tercero: acatar las indicaciones que me brinden los responsables de la entidad, en la medida que estos me permitan crecer en experiencia profesional y se conviertan en un enriquecimiento personal.

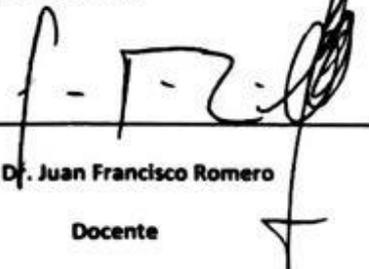
Cuarto: Dar lo mejor de mis capacidades creativas; actuando con seriedad y fundamentando todo mi desempeño, en los conocimientos que he adquirido en la carrera de Ciencias de la Comunicación.



Lic. Carlos Cabrera

Director de Proyecto

Mundo. Com



Dr. Juan Francisco Romero

Docente



Mgtr. Miriam Madrid

Directora

Departamento de Ciencias de la Comunicación



Christa Aneliese Samayoa Ruano

Estudiante Carné 1109613

La presente carta compromiso, no constituye un documento de carácter legal, sino un acuerdo de buena voluntad entre las partes.

NO.2: Plan de Práctica



Departamento de Ciencias de la Comunicación
Facultad de Humanidades
Universidad Rafael Landívar

PLAN DE PRÁCTICA

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Christa Aneliese Samayoa Ruano		
Carnet: 1109613	email: christa.samayoa95@gmail.com	Celular: 30009572
Fecha de inicio y culminación de la práctica: Inicia el 05 de junio y finaliza en agosto del 2017.		

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la organización: MUNDO.COM		
Dirección física: 6ta avenida, 13 calle zona 10 Edificio Design Center Torre 10 Oficina 509		
Sitio web: https://www.mundo.com/		
Nombre de la persona responsable: Carlos Cabrera		
Cargo: Director general de la página Mundo.com		
email: carlos@guatemala.com	Tel 1: 23135900	Tel 2: ---

DATOS DEL JEFE INMEDIATO

Nombre: María José Figueroa		
Cargo: Directora de redacción		
email: majos@xyznetworkinc.com	Tel 1: 5305 8635	Tel 2: ----

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Mundo.com cuenta con tres portales en los que se puede tener acceso a sus notas en base a distintos idiomas. Existe plataforma para habla hispana, inglesa y portuguesa. Esta empresa cuenta con inversionistas guatemaltecos por lo que la sede oficial de estas páginas web es la Ciudad de Guatemala. Se busca un apoyo en traductores y editores de contenido con conocimiento en estos idiomas para producir el contenido que se mueve constantemente por las plataformas web.

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

Mundo.com es un portal premier de contenido original y digital, enfocado al mercado latinoamericano con la finalidad de compartir contenido viral. Por esto cuentan con tres distintos portales que se dirigen a audiencia de habla hispana, inglesa y portuguesa (MUNDO.COM, BR.MUNDO.COM y EN.MUNDO.COM). El contenido que se redacta es de diferentes formatos y está creado para ser consumido principalmente por usuarios en redes sociales por lo que sigue un proceso de producción de contenido optimizado para asegurar la viralidad del mismo en estas redes.

A pesar de que todas las cuentas de mundo.com tienen su sede en la Ciudad de Guatemala, los países con mayor tráfico al sitio son México, Argentina, Estados Unidos, España y Brasil. Buscan entretener a una audiencia bastante variada a través de un contenido light que llame la atención y entretenga a un usuario que busca constantemente información o datos curiosos sobre el mundo en general.

Cuentan con cinco diferentes secciones en donde se divide la temática total del contenido de la página web. Salud, Belleza, Famosos, Animales y Curiosidades. Estas secciones son complementadas con tres diferentes tipos de formatos periodísticos los cuales son notas cortas, listas largas de varias temáticas y diferentes test de personalidad o trivia.

La sección de salud abarca todos los temas que tengan que ver con el cuerpo humano y su bienestar. Se muestran distintos beneficios, datos curiosos y consejos para llevar una vida más saludable con aspectos del diario vivir. La sección de belleza muestra temas relacionados con el cuidado personal, datos interesantes sobre el ser humano y todos los consejos relacionados para lucir radiante.

Famosos genera mucho contenido debido a que se muestran datos curiosos de personas consideradas populares en el mercado. Se generan notas comparativas, de historia y otras que enumeran a los famosos en diversas temáticas curiosas para los lectores. Animales es una de las secciones que se hace más viral debido a su tipo de contenido light que llama a la ternura y a la curiosidad de las personas frente a toda especie de animales. Finalmente la sección de curiosidades mantiene datos intrigantes que despiertan la atención del lector y lo hacen interesarse en muchos casos a lo largo de todo el mundo.

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA LABOR DEL ESTUDIANTE

❖ Asistente del área de contenidos digitales

Apoyar directamente en el departamento de redacción de contenido ejecutando tareas varias que sirvan de apoyo para el grupo de escritores de contenido y la coordinadora de equipo. Trabajando en la producción de contenido, monitoreo de competencias y manejo de estrategias web para lograr un seguimiento de las metas ya establecidas en el plan operativo de la empresa.

DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DE FUNCIONES

- ❖ Apoyar en trabajos de investigación de contenido: tendencias actuales, investigación de trending topics y contenido viral realizado por otros medios que son competencia.
- ❖ Soporte en tareas relacionadas a la promoción de contenido: creación de notificaciones, programación de publicaciones, preparación y seguimiento de la traducción de textos a portugués e inglés, creación de contenido especial, etc.
- ❖ Cualquier otra tarea que sea necesaria a ser ejecutada en el área de contenidos: producción de contenido, revisión y manejo de canales sociales, etc.

APRENDIZAJE A OBTENER A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA

- ❖ Manejo de distintas técnicas de creación y viralización de contenido transmitido únicamente a través de plataformas web.
- ❖ Trabajar involucrando distintas estrategias de marketing digital dirigido a distintos segmentos de lectores.
- ❖ Conocimiento de estrategias para promocionar contenido digital orgánico y de paga en redes sociales.

HORARIOS

- ❖ Se trabajará de Lunes a Viernes de 8:00 a.m. a 5:00 p.m. (Total de 8 horas laborales al día)
- ❖ Se tomará una hora de almuerzo diario que puede elegirse de 12:00 p.m. a 1:00 p.m. o de 1:00 p.m. a 2:00 p.m.
- ❖ Los fin de semana no se trabajará
- ❖ Se trabajará desde junio 2017 hasta agosto 2017 cumpliendo en total 450 horas de prácticas supervisadas

NO.3: Informes semanales destacados



INFORME SEMANAL DE PRÁCTICA SUPERVISADA

Estudiante: Christa Samayoa Ruano		Carnet: 1109613
Organización: Mundo.com		
Sección: 02	Profesor: Juan Francisco Romero	

Semana del 26	Al 30	De Junio	de 2016	Tutor responsable:
Área o departamento: Asistente en el área de contenidos digitales				María José Figueroa

Esta semana la practicante tuvo la oportunidad de conocer mucho más a su grupo de trabajo, con diversas actividades que ayudaron a fomentar el compañerismo y a reforzar la confianza entre colaboradores. También se puso a prueba a la practicante haciendo reportes muy importantes para la organización Mundo.com respecto al contenido que vuelven a lanzar esperando se haga viral nuevamente en Facebook.

Para poder tomar en cuenta que notas valían la pena para re lanzar se utilizaron herramientas como Google Analytics, en donde gracias a estadísticas se podía determinar las mejores notas respecto a comentarios, shares, likes y reacciones. La practicante fue elaborando distintas listas en donde se resaltan las 25 notas más importantes tomando en cuenta un rango de 3 meses para saber el tipo de notas que fueron de mayor agrado a los lectores.

Esta fue una tarea muy importante para la practicante ya que según sus opiniones laborales, se volverían a re lanzar notas en redes sociales. La practicante puso en prácticas conocimientos adquiridos en clases como Proyectos web y Lenguajes web para poder determinar el contenido que tendría altas probabilidades de volver a funcionar.

Un logro muy importante para la practicante durante esta semana fue la elección de una meme que hace referencia a la raza de perros Rottweiler que llegó a ser viral en redes sociales la cuál alcanzó las 194,340 personas con 4,411 likes, 67 comentarios y 1,152 veces compartidas.

La semana pasada la practicante publicó una fotografía que hacía referencia al favoritismo que puede existir entre hermanos la cual logró alcanzar 249,521 personas con 1,541 shares.

La practicante ha estado colaborando con las imágenes multimedia de las notas que se han publicado en Mundo.com en donde ha puesto en prácticas conocimientos básicos adquiridos en los cursos de Fotografía 1 y 2, como también cursos como también diagramación ya que sus herramientas de trabajo diarias son Photoshop e Illustrator. En donde se ha ido obteniendo un mayor conocimiento respecto al tipo de fotografías que funcionan en las redes sociales, como también las fotografías que nunca funcionan.

En donde el uso del color, el uso de las combinaciones y del tipo de efecto que se le da influye mucho al resultado final. Clases como semiótica ayudaron mucho a la practicante a poder determinar el significado que se denota de una simple fotografía, en donde se debe analizar todos los pequeños aspectos cuando se trata de hacer viral un contenido que circula en las redes sociales.

Esta semana se han realizado reportes que han sido de mucha ayuda para los redactores de Mundo.com en donde se colocan los comentarios emitidos por los usuarios con la finalidad de analizar el tipo de contenido que se está elaborando en el sitio comparado con meses anteriores.

La practicante tuvo la oportunidad de analizar a profundidad las palabras de lectores para poder determinar qué tipo de contenidos son los que las personas aceptan con más facilidad sin emitir comentarios negativos.

También se han tomado en cuenta muchos conocimientos de las clases de ética en donde se debe de sentir empatía y tratar de entender al lector en cuanto a las razones por lo que comentan comentarios negativos o se muestran afectados respecto a ciertas notas publicadas en meses anteriores.

Una responsabilidad muy importante que se le asignó a la practicante esta semana fue la de analizar el contenido fotográfico de las listas largas, en donde se analizó el significado de las fotos con la finalidad de no compartir contenido violento, que hiciera referencia sexual o atentara contra alguna persona.

Fue una responsabilidad muy importante ya que en base al trabajo de la practicante se volvió a re lanzar diferentes notas en Facebook con la finalidad de alcanzar un buen número de visitas con un contenido ético.

INFORME SEMANAL DE PRÁCTICA SUPERVISADA

Estudiante: Christa Samayoa Ruano	Carnet: 1109613
Organización: Mundo.com	
Sección: 02	Profesor: Juan Francisco Romero

Semana del 03	Al 07	De Julio	de 2017	Tutor responsable:
Área o departamento: Asistente en el área de contenidos digitales				María José Figueroa

Esta semana fue una buena semana para Mundo.com ya desde inicio de semana se puso como meta subir el número de seguidores en Facebook creando un contenido curioso, cuestionarios y subiendo diferentes memes de entretenimiento sano. Se logró alcanzar 20.199 likes esta semana, cumpliendo la meta establecida el día lunes. La practicante fue la encargada de crear una estrategia web junto a los editores de contenido para poder incrementar las visitas.

A inicio de semana se buscó el contenido viral del momento, en donde la practicante tuvo que abocarse al sitio web Alexa que sirve como herramienta para ir monitoreando páginas web que realizan el mismo tipo de contenido viral. Esta herramienta la practicante ya había tenido la oportunidad de conocerla gracias a la clase de Proyectos Web recibida en la Universidad.

Esta ha sido una herramienta muy efectiva para poder monitorear a la competencia y saber cuáles son los temas que más han funcionado con sus lectores. La practicante gracias a que ya sabía utilizar este recurso pudo ir brindando información muy importante sacando listado de temáticas que pudieran ayudar a incrementar el número de visitas en las publicaciones.

La practicante también colaboró en elegir el contenido que más había estado funcionando durante la semana en Facebook para crear notificaciones para escritorio por medio de la herramienta Pushido. La practicante seleccionó el contenido que a su parecer era el más llamativo para luego sacar 3 notificaciones al día.

La finalidad de esta táctica es llamar la atención de los lectores mientras realizaban actividades diversas en la computadora, en el tiempo de 10 segundos la practicante debía de llamar la atención del lector y hacer que diera click para poder leer la nota que estaba colgada en el portal de Mundo.com.

Para poder crear notificaciones efectivas para esta semana, la practicante fue creando estrategia en conjunto de su supervisora directa. En donde se aprendieron trucos de lenguaje, imagen, diagramación y maneras efectivas de expresarse con lectores de todas las edades y nacionalidades.

Esta semana la practicante continuó su labor de manager de redes sociales, en donde fue variando los horarios de publicación con la finalidad de encontrar buenas horas para cada tipo de contenido. En donde la practicante también tuvo que estudiar mucho el comportamiento de los usuarios tomando en cuenta variables como lo son los horarios, días de la semana, fecha del mes y tipo de contenido a publicar.

Fue una semana retadora para la practicante pero muy satisfactoria ya que el equipo editorial si pudo llegar al número de visitas que se esperaban para fin de semana en donde todos trabajaron como un verdadero equipo.

Además, la practicante pudo realizar por primera vez un cuestionario de personalidad para poder publicar en el sitio web de Mundo.com Español. Fue una experiencia retadora debido a que era la primera vez que escribía para este portal web, en donde se utilizaron diferentes imágenes y gifs que llamaran la atención del espectador.

Poder escribir para esta organización fue un logro para la practicante ya que se le brindo la confianza de realizar un contenido que se hizo público para muchos usuarios. El quizz fue titulado "¿Qué personaje de la serie Friends eres en verdad?".

NO.4: Carta de agradecimiento



Facultad de Humanidades
Departamento de Ciencias de la Comunicación
Teléfono: (502) 24262626 ext. 2442
Campus Central, Vista Hermosa III, Zona 16
Guatemala, Ciudad. 01016
fac_hum@url.edu.gt

Guatemala, agosto 30 de 2017

Licda.
María José Figueroa
Team Coordinator
Mundo.com
Ciudad de Guatemala

Estimada Licda. Figueroa:

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 un acercamiento real al entorno profesional del que próximamente serán parte.

Debido a ello, agradezco a **Mundo.com** y, especialmente a su persona, por la valiosa contribución y apoyo a esta labor educativa, al permitirle a **Christa Aneliese Samayoa Ruano**, 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 Samayoa Ruano es realizar la 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,

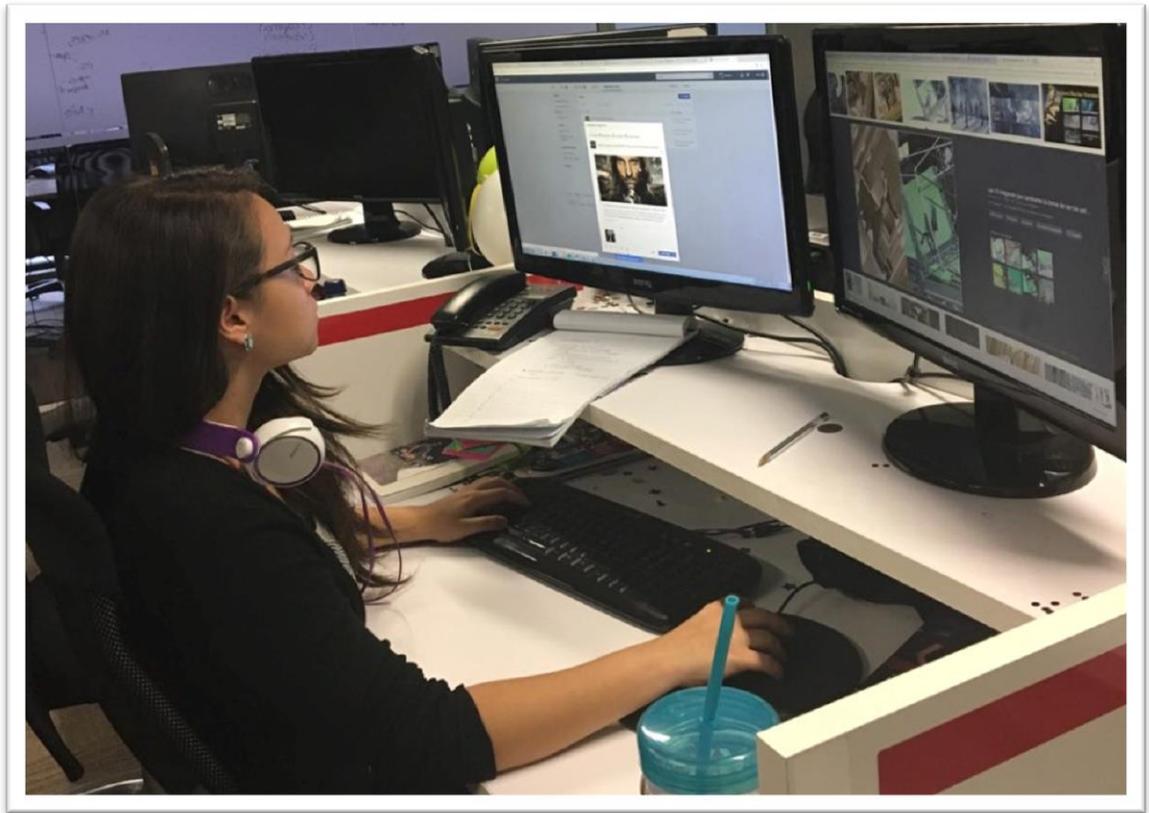

Mgtr. Miriam Madrid
Directora
Depto. Ciencias de la Comunicación




Vb. Bo.
Licda. María José Figueroa
Mundo.com

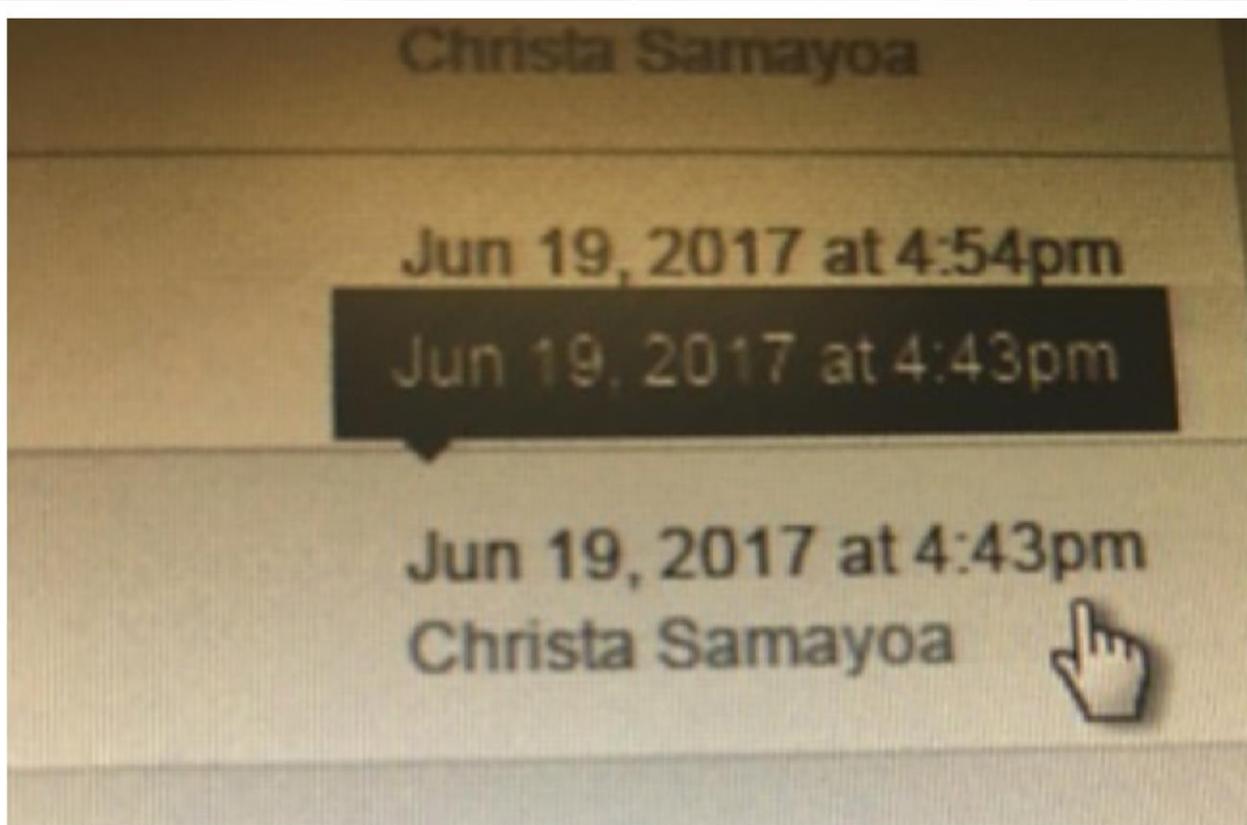
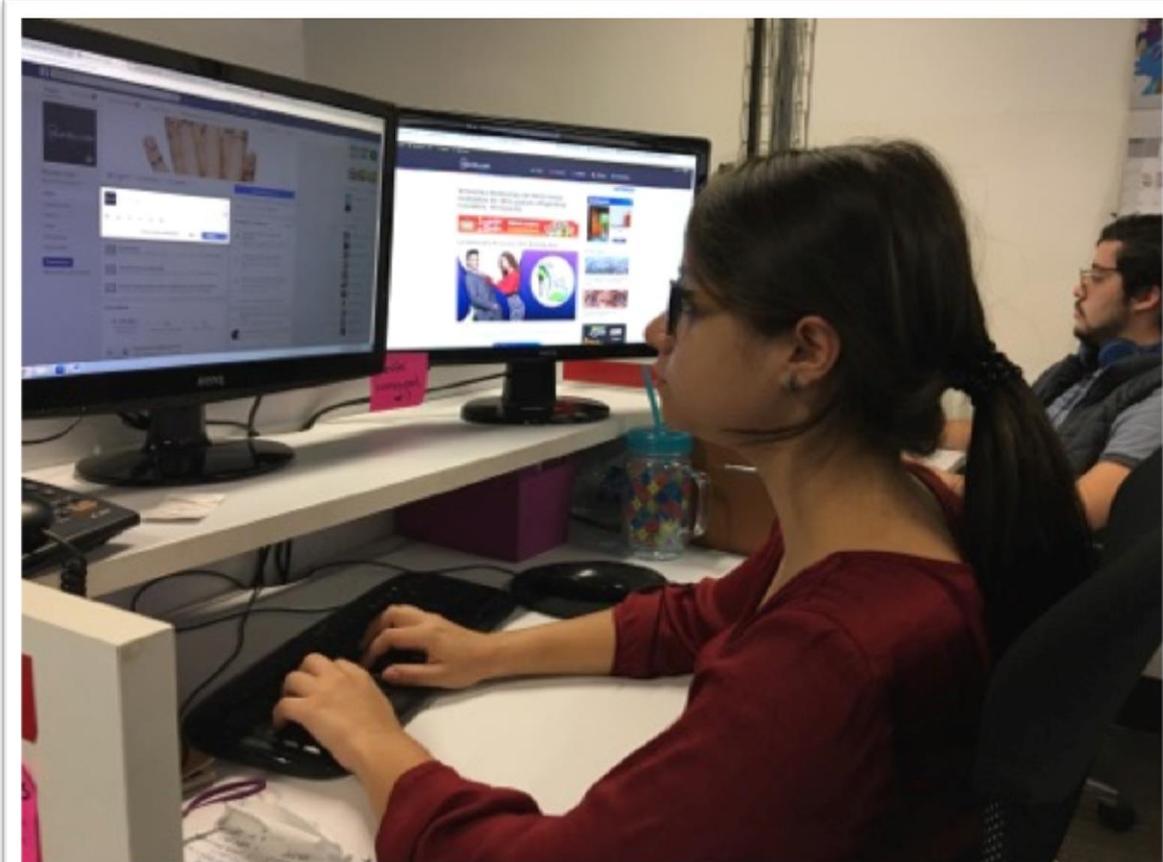
No. 5: ANEXOS GRÁFICOS

EXPERIENCIA EN MUNDO.COM



✓ Practicante en la oficina central de Mundo.com





Nada, no me gustan las citas

Si siento que me estoy enamorando

Mundo.com
 Publicado por Christa Samayoa
 6 h · 🌐

😂 😂

-Mamá, voy a adoptar un cachorro.
-Ok, que no crezca mucho.
***1 año después.**



👍 😂 🍷 2,834 166 comentarios 591 veces compartido

✓ memes y notas programados por la practicante

Videos

- Video Library
- Videos You Can Crosspost

Lead Ads Forms

- Forms Library
- Draft Forms Library

Canvas

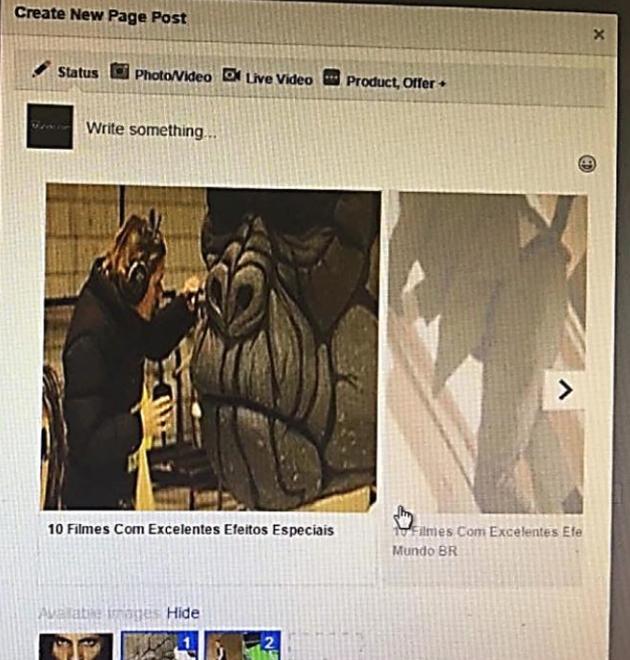
About Create Ad Create Page

Facebook © 2017
 English (US) Español Português (Br)

Create New Page Post

Status Photo/Video Live Video Product, Offer +

Write something...



10 Filmes Com Excelentes Efeitos Especiais

10 Filmes Com Excelentes Efeitos Especiais Mundo BR

Available images Hide



Oficial

Ambas películas tienen el mismo y extraño tema. Paul Blart: Mall Cop es una película de 2009 escrita y protagonizada por Kevin James como Paul Blart y dirigida por Steve Carr. La película fue lanzada el 16 de enero de 2009 por Columbia Pictures.



Observe And Report (abril 2009)



Oficial

Observe and Report —llamado Seguridad en Hispanoamérica y Cuerpos de seguridad en

✓ Nota larga realizada por practicante