

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

**“REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA
ELABORACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PARA FOX DEPORTES, JUNIO-
AGOSTO 2017”.**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

FEDERICO JAVIER ASTURIAS CONTRERAS

CARNET 13175-13

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE 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
ELABORACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PARA FOX DEPORTES, JUNIO-
AGOSTO 2017”.**

SISTEMATIZACIÓN DE PRÁCTICA PROFESIONAL

TRABAJO PRESENTADO AL CONSEJO DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES

POR

FEDERICO JAVIER ASTURIAS CONTRERAS

PREVIO A CONFERÍRSELE

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

GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN, DICIEMBRE DE 2017
CAMPUS CENTRAL

AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD RAFAEL LANDIVAR

RECTOR: P. MARCO TULIO MARTINEZ SALAZAR, S. J.
VICERRECTORA ACADÉMICA: DRA. MARTA LUCRECIA MÈNDEZ GONZÀLES DE PENEDO
VICERRECTOR DE INVESTIGACIÒN Y PROYECCIÒN: ING. JOSÉ JUVENTINO GÁLVEZ RUANO
VICERRECTOR DE INTEGRACIÒN 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 DEL TRABAJO DE GRADUACIÒN

LIC. JUAN FRANCISCO ROMERO MARTÍNEZ

REVISOR QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÒN

LIC. MYRIAM MARITZA CHICAS MORALES

Guatemala, 13 de noviembre de 2017

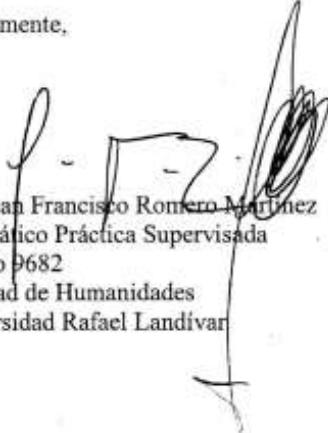
Señores
Consejo Facultad Humanidades
Departamento de Comunicación
Universidad Rafael Landívar

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 elaboración de contenidos digitales para FOX DEPORTES, junio – agosto 2017”** del alumno **FEDERICO JAVIER ASTURIAS CONTRERAS**, que se identifica con el carnet número 1317513.

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

Atentamente,



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



Universidad
Rafael Landívar
Tradición Jesuita en Guatemala

FACULTAD DE HUMANIDADES
No. 052274-2017

Orden de Impresión

De acuerdo a la aprobación de la Evaluación del Trabajo de Graduación en la variante Tesis de Grado del estudiante FEDERICO JAVIER ASTURIAS CONTRERAS, Carnet 13175-13 en la carrera LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, del Campus Central, que consta en el Acta No. 051461-2017 de fecha 29 de diciembre de 2017, se autoriza la impresión digital del trabajo titulado:

"REFLEXIÓN DE LA EXPERIENCIA DE PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA ELABORACIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES PARA FOX DEPORTES, JUNIO - AGOSTO 2017."

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

Dado en la ciudad de Guatemala de la Asunción, a los 5 días del mes de diciembre del año 2017.

Irene Ruiz Godoy

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



DEDICATORIA

A MI XI IDEAL

Portero: Dios

Mi guardián. Siempre que lo necesité estuvo para mí. Me dio la confianza de salir al ataque y me alejó de recibir una goleada en mi vida con tantas bendiciones que me dio desde niño.

Defensa central y capitana: Mi Hermana

Mi gemela. Mi primera amiga. Siempre que tuve un problema salió a defenderme con alma y vida. Cuando más necesité en mi vida saltó y me empujó a ese gol del minuto 92:48. Con ella empezó mi racha ganadora. Mi persona favorita del mundo.

Delantera: Mi Mama

La persona más noble que he conocido en mi vida. No le importaba bajar a defender cuando se necesitó. Siempre que coseché un éxito fue por la cantidad de goles que metió en mi favor. Las remontadas más importantes de mi vida se las debo a ella. No sería nadie sin ella.

Contención: Mi Papa

Le aportó balance a mi equipo. Siempre atento para defenderme y el primero en salir a atacar en las contras. Las lecciones que me dio me formaron como la persona que soy. Constructor de mi esquema de juego desde que tengo memoria, me enseñó a ser un caballero dentro y fuera de la cancha.

Enganche: Coco

El fichaje estrella. Mi vida no sería igual sin la creatividad y visión de juego que le aportó a mi vida. El apoyo en cada momento difícil de este juego. Indispensable para mí equipo. Complementó mi vida con sus asistencias y goles que se volvieron victorias. Parece que lleváramos toda la vida de jugar juntos

Lateral derecho: Mis amigos

Sebas, Alex, Ericka, Irene, Douglas, Jose, Luis, el Canche, Tony, Andrea, Ale, Juande y Winston. Incansables desde el momento que los conocí. Me enseñaron que no importa si a veces se pierde. Con ellos en mi vida siempre fui el verdadero ganador.

Wicho: pilar fundamental en mi forma de afrontar la vida. Que lujo poder jugar junto a vos desde hace tanto tiempo. Porque mi vida no sería igual sin vos en mi equipo.

Mis Charros: Siempre alegres y complemento perfecto para mi equipo. Gracias por cada aventura compartida en esta vida.

Extremo izquierda: Mi equipo de Fox Deportes

A Luismi, Fonse, Marce, Rafa, Sam y Estuardo por ser "Los Galácticos". En la recta final de mi carrera se unieron todos juntos a mi equipo como si nos conociéramos de toda la vida. Sin duda el mejor equipo en el que he jugado. Me facilitaron la recta final de mi formación profesional con su excelente trabajo.

Al Pato, Eli y Gyax porque me hicieron sentir como en casa desde el primer día de prácticas.

Defensa central: Mi Colegio, el Montessori

Uno de los pilares de mi formación desde pequeño y por ende de mi forma de jugar. Aprendí como atacar y defender, con balance, para el resto de mi vida.

Lateral izquierdo: Mi tía Bela

Incansable apoyo en defensa y ataque en mi vida. Siempre que la necesité estuvo para mí. Me dio la mejor asistencia de la vida guiándome a estudiar comunicación. Cada victoria que consiga como profesional se la debo a usted.

Extremo derecha: Mis abuelos y mi familia

Únicos e inigualables. La forma en la que me enseñaron a ver la vida es algo que nunca olvidaré. Su visión de juego me facilitó la vida. Cada gol que he anotado y que alguna vez anotaré va dedicado al cielo a ustedes. Gracias por tanto.

Mi tía Lilian: Gracias por ser tan detallista y siempre preocuparse por mí.

A mis primos les agradezco por ponerme un gran ejemplo y siempre recuerden “cuando sea grande quiero ser como ustedes”.

Medio Campista de creación: Mis catedráticos y mi universidad

Me terminaron de formar para salir jugando al toque. Me dieron la seguridad de que voy en la dirección indicada hacia la portería y los éxitos en la vida. Orgullosamente Landivariano.

A los Licenciados Michael Finkel, Ramiro MacDonald, Gaby Díaz, Hans Quevedo, Erwing Sosa, Silvio Gramajo, Erick Gálvez, Manuel Arias, Marco Ortiz, Regina Fernández, Beatriz Montufar y Anabella Amado por plantearme una estrategia ganadora. Los he admirado mucho desde el momento que los conocí. Me enseñaron a perseguir mis sueños y sentirme orgulloso de cada victoria lograda en el nombre de la comunicación. Lo que me enseñaron a lo largo de mi carrera me formó como profesional pero más importante como persona y es por eso que nunca los olvidaré.

Director Técnico: Juan Francisco “El Profe” Romero

Le dio claridad al esquema de juego que será mi vida como profesional. Un mentor desde el momento que le conocí. Un apoyo y un cariño incondicional. Siempre me hizo porras y su forma de entrenarme es algo que nunca olvidaré. Cualquier victoria que consiga se la dedicaré, siempre.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
I. CONTEXTUALIZACIÓN.....	2
1.1 Historia de Fox Networks Guatemala.....	2
1.2 Estructura Organizativa.....	3
1.3 Características de Fox Networks.....	4
1.4 Situación actual en Guatemala.....	4
1.5 Contexto Nacional e Internacional de Fox Networks.....	5
1.6 FOX Deportes.....	6
II. PLAN DE PRÁCTICA.....	7
2.1 Funciones del puesto.....	7
2.2 Tareas y objetivos a realizar.....	8
2.3 Principales eventos deportivos a cubrir.....	9
III. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	10
3.1 Teorías de la Comunicación.....	10
3.1.1 Paradigma de la Comunicación.....	10
3.1.2 Aguja Hipodérmica.....	11
3.1.3 Agenda Setting.....	12
3.2 Periodismo.....	13
3.2.1 Periodismo Digital.....	14
3.2.2 Periodismo deportivo.....	15
A) Función de Informar.....	16
B) Función de Explicar.....	17
C) Función de Entretener.....	17
3.3 Comunicación Audiovisual.....	18
3.4 Producción Audiovisual.....	19
A) Preproducción.....	19
B) Producción.....	19
C) Postproducción.....	20

IV.	INFORME DE PRÁCTICA.....	21
	4.1 Edición de Videos.....	21
	4.1.1 Edición de videos para perfiles de Instagram y Snapchat.....	22
	4.1.2 Edición de videos con fin publicitario.....	23
	4.2 Redacción de notas deportivas.....	26
	4.3 Redes Sociales.....	29
	4.4 Problemas y soluciones.....	30
V.	REFLEXIÓN SOBRE LA PRÁCTICA.....	32
VI.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	39
	6.1 Conclusiones.....	39
	6.2 Recomendaciones.....	41
VII.	BIBLIOGRAFÍA	43
VIII.	ANEXOS.....	45

RESUMEN EJECUTIVO

Este trabajo de grado presenta el informe de las labores realizadas durante los meses de junio, julio y agosto en Fox Networks Guatemala específicamente en el departamento de Fox Deportes. En dicho tiempo se ejercieron las siguientes asignaciones: redacción de notas para el sitio web, creación de galerías, edición de videos para ser utilizados en Facebook, se armó el contenido a utilizar en el Ticker o cintillo informativo durante el programa Fox Deportes En Vivo, así como la cobertura de eventos deportivos lo cual incluía creación de historias para Snapchat e Instagram y sus respectivas historias sociales para mejorar el tráfico al sitio web. Se elaboraron otras actividades como: redacción de notas sociales, creación de memes para galerías del sitio web y edición de videos para utilizar en el perfil de Instagram.

Fox Deportes es un canal televisivo dedicado a las transmisiones deportivas en español y es propiedad de 21st Century Fox. Su contenido es dirigido y enfocado a todos los miembros de la comunidad hispana estadounidense. Fue el primer canal español de origen anglófono con un alcance mayor a los 22 millones de hogares en el mundo. En el año 2016 cumplió 20 años al aire, convirtiéndose en el canal deportivo de habla española con más años en Estados Unidos.

Dentro de sus principales coberturas deportivas incluye el fútbol, beisbol, deportes de combate y automovilismo, entre otros. En su programación destaca: UEFA Champions League, Copa Mundial de Clubes, FA Cup, MLS (Liga de fútbol de Estados Unidos), MLB (Liga de beisbol de Estados Unidos), NFL (Liga de fútbol americano de Estados Unidos), NASCAR y UFC.

En Guatemala existe una filial de FOX Deportes. Este departamento es el encargado de producir todo el contenido que se consume en Estado Unidos por hispanohablantes y tiene una producción compartida entre Guatemala y México.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es el producto de la experiencia de práctica profesional realizado en el medio televisivo Fox Deportes en el departamento digital como generador de contenido periodístico y editor de videos por el período de junio a agosto de 2017.

Fox Deportes es un medio televisivo con presencia en Guatemala desde hace más de 10 años, luego que la empresa Click Diario se transformara en Fox Network Guatemala, la oficina central para toda Centroamérica y el Caribe. En estos 10 años Fox Deportes se ha consolidado como el canal deportivo de origen anglófono con mayor alcance en el mundo, manejando un tráfico aproximado de 12 millones de personas al día en redes sociales y su sitio web.

Durante los meses de la práctica profesional se realizaron diferentes actividades para generar contenido deportivo para la web, como la edición y producción de videos para redes sociales y la redacción de notas deportivas dando cobertura a los principales eventos deportivos a nivel internacional como lo fueron la Copa Confederaciones y la Copa Oro.

Se utilizaron todos los aprendizajes recibidos en la Universidad Rafael Landívar durante los cinco años de duración de la carrera para laborar de manera responsable y ética evidenciando una buena preparación que resultó en un período muy satisfactorio tanto para el estudiante como para la empresa.

Las prácticas profesionales fueron de gran importancia para la aplicación moderna de lo aprendido sobre ciencias de la comunicación y permitió que el estudiante pudiera poner a prueba sus capacidades como profesional y los conocimientos adquiridos como base de una formación invaluable.

I. CONTEXTUALIZACIÓN

1.1 Historia de Fox Networks Guatemala

Fox Networks Guatemala (FNG), es una multinacional con presencia en Guatemala desde hace más de 10 años. Inició en el país como una empresa llamada Click Diario cuyo fin era vender toda la publicidad por internet. Era la empresa representante de Facebook en Guatemala. Fox lo vio como una oportunidad de negocio y compra la empresa en Junio del 2007.

Guatemala se eligió como central de distribución para Centroamérica y el Caribe por tres razones: la calidad de la mano de obra, el hecho que la moneda en Guatemala no tiene tanta depreciación frente al dólar cómo otras economías del sector y el alto nivel de inglés que se maneja al salir de las universidades del país.

1.2 Estructura organizativa

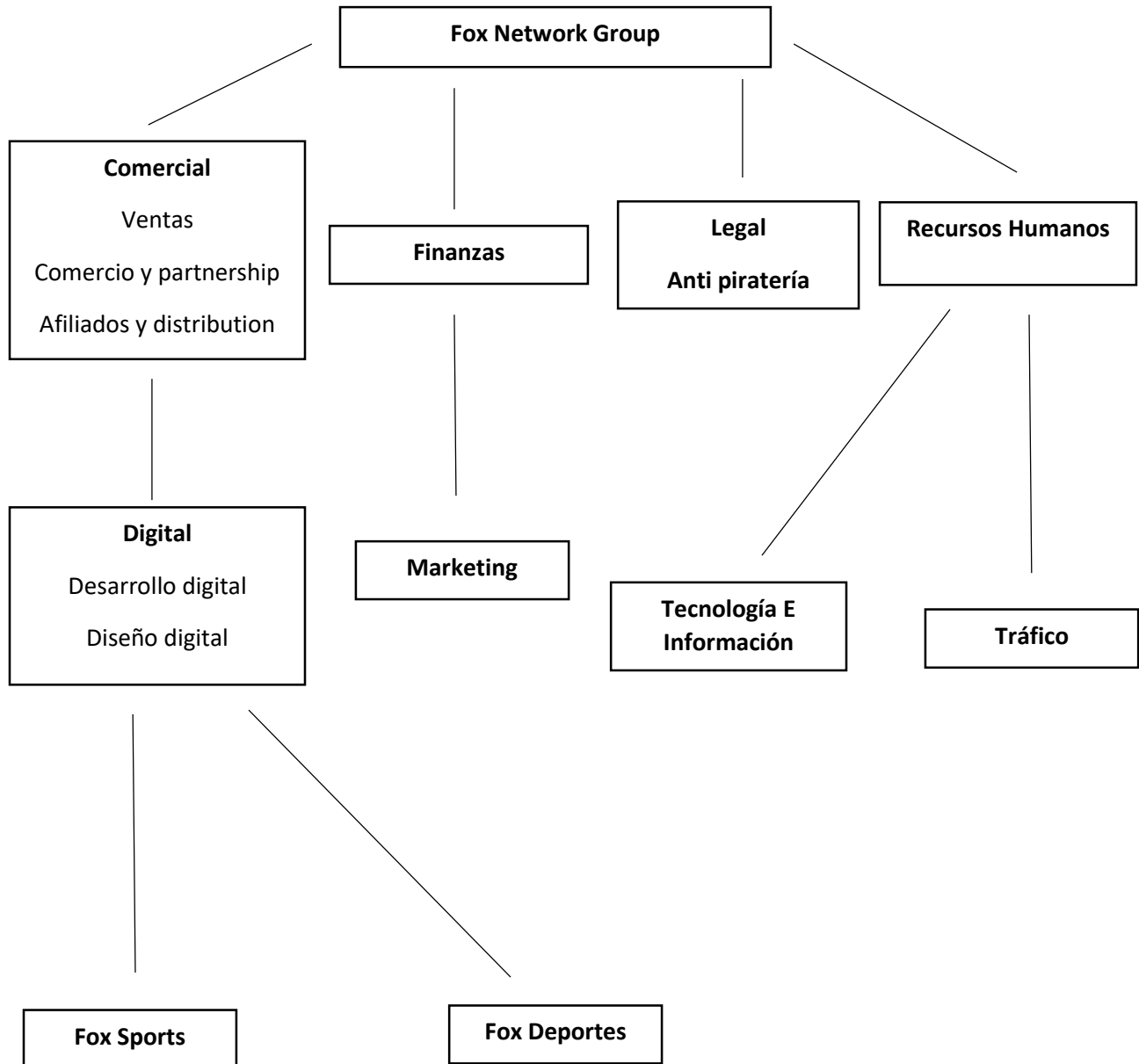


Figura 1. Organización Institucional

Fuente: Elaboración propia

1.3 Características principales de la institución

Fox International Channels es la unidad principal de operaciones de 21st Century Fox para Latinoamérica enfocada principalmente en la industria de la televisión. Se dedica a producir y distribuir más de 300 canales en: entretenimiento, deportes, hechos y películas en 45 idiomas diferentes para América Latina, Europa, Asia y África llegando a un aproximado de 1,725 millones de hogares en todo el mundo.

En Guatemala se ubica la oficina central para toda Centroamérica y el Caribe encargada de las ventas y la distribución del contenido en esta región.

La venta a cable operadores y las pautas comerciales en los canales son los principales ingresos y abarcan casi el 70% de las operaciones centralizadas en Guatemala.

Los canales deportivos (Fox Sports MX y Fox Deportes) cuentan con una línea editorial compartida entre México y Guatemala, realizando la mayoría del trabajo para los hispanohablantes de Estados Unidos. El sitio web, el diseño gráfico y la edición de videos para redes sociales se llevan a cabo en las oficinas ubicadas en Guatemala.

1.4 Situación de la empresa en Guatemala

Fox Networks Guatemala (FNG), es una multinacional con presencia en Guatemala desde hace más de 10 años.

Guatemala se eligió como central de distribución para Centroamérica y el Caribe por tres razones:

- La calidad de la mano de obra que ofrecen los trabajadores guatemaltecos a una empresa internacional.

- El hecho que la moneda en Guatemala no tiene tanta depreciación frente al dólar cómo otras economías del sector, esto hace que la inversión de FOX en Guatemala sea estable y no sufra cambios radicales por crisis económica
- El alto nivel de inglés que se maneja al salir de las universidades del país; este punto fue muy importante para FOX a la hora de designar a su oficina central para una región tan grande como lo es Centroamérica y el Caribe.

FNG cuenta con una variedad de nacionalidades en sus trabajadores en el país. A esto se le debe de agregar todos los trabajadores situados de manera permanente en países a lo largo de Centroamérica y el Caribe. Entre los requisitos laborales de la empresa para contratar personal se encuentra como primero el requerimiento de un título universitario en el grado de licenciatura como mínimo.

1.5 Contexto nacional e internacional

En Guatemala se encuentra la filial de FOX que dirige las operaciones para toda Centroamérica y el Caribe. Entre sus principales operaciones se encuentran:

- La publicidad en los canales para las empresas de la región que buscan pautar en los mismos.
- Las empresas cable operadoras que quieren los derechos de transmitir los canales en su señal.
- La venta de publicidad a través de los sitios de internet propiedad de Fox.

La central en Guatemala cumplió 10 años en Junio del 2017. Cuando empezó la empresa contaba con 35 empleados, actualmente tiene a más de 100 trabajadores en 16 departamentos diferentes. FOX está presente en América, Asia, Europa y África con una penetración de más de 1,725 millones de hogares en todo el mundo.

1.6 FOX Deportes

Fox Deportes es un canal televisivo dedicado a las transmisiones deportivas en español y es propiedad de 21st Century Fox. Su contenido es dirigido y enfocado en todos los miembros de la comunidad hispana estadounidense. Fue el primer canal español de origen anglófono con un alcance mayor a los 22 millones de hogares en el mundo. En el año 2016 cumplió 20 años al aire, convirtiéndose en el canal deportivo de habla española con más años en Estados Unidos.

En Guatemala existe una filial de FOX Deportes. Este departamento es el encargado de producir contenido que se consume en Estado Unidos por hispanohablantes y tiene una producción compartida entre Guatemala y México.

El estudiante fue designado al trabajo de periodismo digital tanto en su sitio web como en sus principales redes sociales. Entre las labores principales encargadas al inicio de la práctica se pueden destacar:

- La edición de videos de manera diaria para ser publicados en redes sociales.
- Creación de notas deportivas de carácter informativo y social para aumentar el tráfico en el sitio web.

II. PLAN DE PRÁCTICA

2.1 Descripción del departamento

El departamento en el que se llevó a cabo dicha pasantía fue FOX Deportes en Fox Networks Group (FNG) en Guatemala, para lo cual se debió cumplir con diferentes requisitos como buen manejo de inglés, conocimiento general de deportes y otros requerimientos digitales orientados al uso correcto de redes sociales para formar parte del equipo de producción.

2.2 Perfil del puesto asignado

La labor asignada fue la de editor de contenido digital de FOX Deportes, con el compromiso de entregar noticias verídicas y de calidad a los usuarios en redes sociales de este canal televisivo de origen anglófono. El horario establecido para las prácticas fue de 10:00 a 19:00, de lunes a viernes durante los meses de junio, julio y agosto

2.3 Especificaciones del puesto

- a. Crear notas deportivas sobre los acontecimientos más relevantes del día para ser publicadas en diferentes redes sociales.
- b. Elaborar galerías para mejorar el tráfico del sitio web www.foxdeportes.com
- c. Editar fotografías para encajar en las medidas específicas de cada red social que el canal maneja.
- d. Apoyar en la creación del “ticker” o cintillo informativo para el programa Fox Deportes En Vivo.
- e. Cortar y editar videos de las transmisiones en vivo por el canal para luego ser monetizados en Facebook al colocarles pautas en su transcurso.
- f. Otros apoyos que fueran requeridos por el equipo de trabajo de Fox Deportes, como edición de fotografías y apoyo en el feed de Twitter.

2.4 Objetivos establecidos

- **Objetivo general:**
Mejorar el tráfico del sitio web
- **Objetivos específicos:**
Mantener las redes sociales de Instagram y Snapchat actualizadas
Editar videos con fin publicitario para Facebook.

A lo largo de las prácticas se dio cobertura extensa a diversos eventos deportivos en redes sociales, sitio web e historias del canal, todos estos no solo reforzaron el aprendizaje sino también permitieron al practicante un buen manejo de inmediatez con precisión en el ámbito deportivo en el plano digital.

2.5 Justificación para contratación del puesto

El contenido digital realizado para los latinos que residen en Estados Unidos es creado en una misma línea editorial entre Guatemala y México. El equipo de Fox Deportes que se encarga de realizar dicho contenido digital requiere de un manejo multimedia necesario hoy en día en un periodista digital.

2.6 Funciones Desarrolladas

- a. Creación de notas para la página web.
- b. Cobertura de los principales eventos deportivos en los meses de la práctica como la Copa Confederaciones y la Copa Oro.
- c. Actualización diaria a la historia de Fox Deportes en Snapchat e Instagram.
- d. Vinculación de historias en redes sociales a notas previamente escritas para el sitio web con el fin de mejorar el tráfico del mismo.
- e. Edición de video para ser subido al canal de Dailymotion de Fox Deportes.

- f. Monitoreo de diferentes periódicos deportivos y sus redes sociales para mantener actualizada la información acerca de una noticia o fichaje en el fútbol internacional.
- g. Edición de 6 videos diarios para ser publicados en Facebook con el fin de generar ganancias a partir de las pautas colocadas en los mismos.
- h. Creación de materiales innovadores para ser utilizados de manera cotidiana en los videos de Instagram y Snapchat.

2.5 Objetivos establecidos

- a. Mejorar el tráfico del sitio web
- b. Mantener las redes sociales de Instagram y Snapchat actualizadas
- c. Editar videos con fin publicitario para Facebook.

A lo largo de las prácticas se dio cobertura extensa a diversos eventos deportivos en redes sociales, sitio web e historias del canal, todos estos no solo reforzaron el aprendizaje sino también permitieron al practicante un buen manejo de inmediatez con precisión en el ámbito deportivo en el plano digital.

A lo anterior se sumaron otras actividades como la creación de materiales para ser utilizados de manera continua en videos en Snapchat, crear carpetas con los diferentes videos utilizados, edición de fotografías para ser el centro de las notas en el sitio web. Asimismo era obligatorio asistir a pláticas de seguridad y manejo de emergencias en caso de incendio permitiendo al estudiante visualizar todo lo que abarca la comunicación dentro de una institución de carácter internacional como es Fox Networks Group en Guatemala.

Además, se le dio uso a diferentes conceptos aprendidos en el manejo del sistema de gestión de contenidos para manejar las publicaciones de un sitio web que comparte una misma línea editorial en dos países como es el caso de Fox Deportes en México y Guatemala. Esto engloba un concepto de periodismo moderno de carácter deportivo que se basa en la comunicación para el manejo editorial en dos sedes de manera simultánea. Al tener un acceso instantáneo a noticias alrededor del mundo la agenda del medio podía cambiar en cuestión de minutos por lo cual se debía replantear la estrategia de comunicación del día y aprender en la marcha.

3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

3.4 Teorías de la comunicación

3.1.1. Paradigma de la Comunicación

La comunicación ha sido parte del desarrollo del ser humano con un proceso indispensable para su forma de interactuar con el mundo. La codificación de un mensaje, elemento fundamental e indispensable en el proceso comunicativo, tiene que ser compartida por el emisor y el receptor. Ha sentado las bases y permitido que exista el intercambio de información por medio de la codificación de estructuras y mensajes que son conocidos como el lenguaje.

La explicación de este proceso comunicativo es definido como:

Un intercambio de elementos (información dentro de un mensaje) entre dos sujetos (emisor y receptor). Este proceso es de carácter lineal y unidireccional, por lo cual la comunicación es concebida como una sucesión de turnos de ida y vuelta de la información entre emisor y receptor (Aguado, 2004, p.18).

En la actualidad, con los constantes avances de la tecnología, modernidad y globalización, el número de medios de comunicación que migran a plataformas digitales se ha visto potencializado a través del internet para convertirse en fuentes de información a nivel mundial. Esto permite que la información expuesta por dichos medios sea manejada en tiempo real por usuarios que migran de una simple postura de consumidor a una más compleja de “prosumer” (Productor – consumidor en inglés).

Las redes sociales expanden dicho crecimiento debido a la interconectividad entre prosumers, que exponen de manera informal y personal sus ideas a través de diversas y extensas plataformas que generan un intercambio a nivel mundial. Al interactuar de manera constante en redes sociales un medio de comunicación como Fox Deportes mantiene una relación estrecha con su público objetivo logrando así crear una comunidad de usuarios con interés en común.

Para un medio de comunicación es de suma importancia estar al pendiente de la retroalimentación de su público objetivo. Sólo al hacer esto se es capaz de verificar si la forma de codificar mensajes está siendo recibida de manera correcta por los receptores. La retroalimentación es un proceso de decisión acertado para la revisión de cumplimiento de objetivos. La retroalimentación puede observarse en los seres humanos como un factor importante para la toma de decisiones. Cuando se busca lograr un determinado objetivo o una respuesta específica en los consumidores en el plano digital se recibe información que permite saber si se debe continuar haciendo más de lo mismo o hacer esta acción en un grado menor ya que aleja al medio de su meta.

3.1.2 Aguja Hipodérmica

Davis (1981) menciona en su teoría que los medios de comunicación pueden influir directamente en las grupos masivos por medio diseños en los mensajes buscando provocar una respuesta específica y deseada por el autor, especialmente en la actualidad donde el internet permite un alcance superior de manera instantánea.

Esta teoría se desarrolla según Davis, durante la década de los 40s y 50s cuando se produce la primera gran influencia en el comportamiento de las personas, debido a factores de desarrollo industrial y humano como la popularización de la televisión y la radio así como el surgimiento de la publicidad y la gran inversión en propaganda por parte de las industrias.

Para los teóricos, los medios de difusión son mecanismos muy poderosos por los cuales se puede producir un efecto deseado por el emisor en el receptor. Según Boni (2008) la aguja hipodérmica es una teoría que no pudo concretarse efectivamente, pero está presente en los discursos más comunes y en la forma de escribir de los medios de comunicación masiva.

La información emitida por los medios de comunicación debe de transmitirse con la mayor objetividad, ética y veracidad posible. Actualmente existen muchos medios de comunicación especializados al deporte, por lo que las audiencias tienden a responder de diferentes maneras y no precisamente como el emisor lo desea al emitir su mensaje inicial. Los públicos a los que se dirige

un medio de comunicación en la vía digital tienden a estar más informados debido a la inmediatez y el fácil acceso que permiten las redes sociales y el internet.

Los medios de comunicación dedicados en su totalidad al deporte como es el caso de Fox Deportes pueden influir directamente en la forma en la que los consumidores del mismo ven a deportistas, equipos o incluso eventos deportivos. Generalmente los principales eventos deportivos cuentan con una cobertura mediática total tanto en medios tradicionales como en el plano digital, como lo son específicamente las redes sociales. Al abrirse una vía de comunicación de doble vía un medio puede evaluar la forma en la que el público interpreta ciertos mensajes en la retroalimentación que se recibe.

3.1.3 Agenda Setting

La teoría de la Agenda Setting postula que todo medio de comunicación de difusión masiva tiene una influencia poderosa sobre el público al que llega por lo cual puede determinar qué asuntos son considerados relevantes para el medio y cuáles no. Se dice que lo que no se publica, no existe. Es por ello que los medios deportivos tienen el poder de invisibilizar las noticias, eventos y demás que no entren en su agenda. Las agendas de cada medio tienden a ser manejadas por los directores, jefes de redacción o editores manteniendo siempre en mente las fortalezas y debilidades de su medio.

Para fines prácticos de este informe se definirá la Agenda Setting como el abanico de temas a los cuales un medio de comunicación hace referencia y ocupan la mayor parte de sus publicaciones a diario. (Markel, 1990)

A menudo la Agenda Setting tiende a influir el contenido y la forma de las notas publicadas. Es por ello que la ética y veracidad de un medio deben de ser pilares fundamentales a la hora de publicar noticias que serán recibidas por consumidores de manera inmediata a través del internet. En la actualidad una repetición de menciones acerca de una noticia o un tema en particular por parte de un medio ejemplifica de manera correcta la importancia de esta teoría.

3.5 Periodismo

Según Baena G. (1990) “El periodismo es un relato escueto del suceso, pues no tiene otra función que la de comunicar lo ocurrido a la sociedad, con un lenguaje sencillo y directo, aquellos acontecimientos que podrían ser de su interés”. Es por ello que se puede resumir el periodismo como un relato breve y concreto que narra hechos reales tal y como sucedieron.

Para complementar dicha definición se debe mencionar a González (1997), quien afirma que “El periodismo es una actividad que consiste en informar y opinar de manera periódica, sobre asuntos de interés general, valiéndose de un medio de comunicación masiva” (p.30).

Los géneros periodísticos pueden ser divididos en informativos e interpretativos. Los informativos presentan relatos de hechos tal y como sucedieron mientras que los interpretativos combinan información y datos con una opinión personal, es decir, subjetiva. En redes sociales la opinión personal debe de ser minimizada pero no totalmente debido a que la inmediatez es un factor que caracteriza las interacciones entre medios y público en la actualidad.

Rivadeneira (1980) argumenta que “el periodismo es un sistema abierto de la comunicación humana, que procesa acontecimientos, ideas y sentimientos procedentes de una o varias fuentes para transmitirlos a un destino” (p.22). De esta forma complementa la definición anterior agregando que todo periodista tiende a involucrar sus sentimientos a la hora de sentirse identificado por el tema al cual hace referencia. Debe de procurar dicho periodista mantener los relatos de un acontecimientos lo más cercanos a la verdad para no incidir en modificar y tergiversar una noticia.

En la actualidad los usuarios de redes sociales están expuestos a un bombardeo masivo por parte de los medios. En la incesante carrera por intentar ser el primer medio con la noticia con la inmediatez que permite el internet, los medios tienden a cometer en errores técnicos: faltas ortográficas y gramaticales. En las redes sociales y los sitios web se debe de combinar la precisión con la inmediatez para evitar caer en una cadena de desinformación por falta de consulta a fuentes confiables.

3.5.1 Periodismo Digital

López (2012) afirma “Con la inserción de nuevos formatos multimedia así como nuevos espacios de circulación del contenido como son las multiplataforma se cambia la manera como se comprenden las rutinas periodísticas en el medio” (p.12). El internet propuso una revolución a la forma en la cual se intercambian los mensajes en todo el mundo.

Masip, Micó & Meso (2012) argumentan que:

Los contenidos multimedia siempre han estado presentes en los cibermedios. Sin embargo, en los últimos años su presencia domina los portales informativos. Las fotografías, con un carácter claramente subsidiario al texto, se mantienen, pero cada vez es más habitual encontrar instantáneas con valor periodístico propio y una mayor variedad de recursos multimedia: galerías de fotografías, videos, fragmenteos de audio e infografías que permiten ofrecer una mejor calidad de información (p.53).

Las plataformas digitales sobrepasan la capacidad de procesamiento de información de los usuarios, por lo cual los periodistas han tenido que desarrollar habilidades vinculadas con lo visual: publicar en redes sociales y en los sitios web que relacionen a su medio.

Esta migración a un plano completamente digital ha sufrido resistencia por parte de los periodistas que no logran adaptarse a cada red social y sus características. García & Carvajal (2008) añaden “La mayoría de los periodistas acepta la lógica de la convergencia al plano digital, pero algunos aún se sienten incómodos con lo multimedia y se ven obligados a adquirir habilidades necesarias para producir bien en todos los soportes” (p.230).

Salaverría (2005) afirma que “no existe periodismo sin noticias” a pesar de que los medios tradicionales impresos ya habían aceptado la derrota de no poder brindar información con la misma rapidez en comparación con los medios radiales y televisivos, el internet le devolvió esa posibilidad a los medios escritos. Es por ello que los periodistas en la actualidad no se encuentran sujetos a un horario específico debido a la inmediatez con la cual la información puede viajar a través del mundo.

En la actualidad, los periodistas están obligados a combinar las principales características (precisión e inmediatez) para lograr redactar con una rapidez superior a la de cualquier medio impreso tradicional, por el simple hecho que la llegada de la información al receptor es casi inmediata y la competencia entre ser el primero con la noticia ha ido escalando.

Es importante recordar que los cinco cuestionamientos base para formar cualquier noticia (qué, cómo, cuándo, dónde y quién) no se ven afectadas en la realización de un periodismo digital en la actualidad pero si sufren modificaciones debido a la variedad de opciones con las que ahora cuentan los medios para hacer llegar una noticia a sus usuarios.

En sitios web, la gran parte de la información puede verse reemplazada por recursos multimedia que llaman poderosamente la atención de los usuarios y que continuará respondiendo a las cinco preguntas básicas del periodismo, por lo cual los medios cada vez apuntan más a esta temática.

3.5.2 Periodismo Deportivo

“El periodismo deportivo está pensado para serle útil a la audiencia, ya que se debe cumplir con las expectativas y exigencias de la misma” Hitchcock (1991). El medio y el periodista deportivo deben de coincidir en el tipo de audiencia al que se quiere llegar, la forma en la que las noticias serán compartidas en el medio y las prioridades noticiosas a las cuales se van a dedicar. El periodista debe de plasmar su personalidad en el contenido que genera, de esta forma podrá crear vínculos con su audiencia y una relación más afín.

Las posibilidades que ahora ofrecen las redes sociales para que un periodista pueda interactuar de manera frecuente y correcta con su público son muy amplias. Algunas de las más conocidas en la actualidad son: mensajes directos, respuestas a comentarios por los usuarios y transmisiones en vivo en el perfil de Instagram o Facebook respondiendo a comentarios de los suscritores de manera inmediata y divertida.

Un periodista deportivo debe de mostrar sentimiento y pasión por su trabajo para lograr que su relato sea más creíble y que las personas puedan identificarse con él/ella y su forma de observar el deporte.

La cobertura en tiempo real de un evento deportivo debe de ser una combinación entre textos cortos y acertados con imágenes y videos visualmente llamativos para mantener al público conectado. Esta cobertura en tiempo real ha ido aumentando debido a las posibilidades que ofrecen los medios digitales para brindar información más creativa y variada para no caer contra la riqueza y verdadera profundidad que ofrecen los medios tradicionales como la radio y la televisión.

El periodista deportivo debe de cumplir con tres funciones para que su público objetivo quede satisfecho y desee volver a consumir el contenido que recibió. Estas son: Informar, explicar y entretener.

A. Informar

B. Explicar

C. Entretener

3.5.3 Redes Sociales

En el siglo XXI las publicaciones en redes sociales aportan la mayor cantidad de publicidad realizada por una empresa debido a que presentan resultados positivos y permite segmentar al público. Las marcas tienen una personalidad específica y buscan crear comunidad con sus usuarios a través de publicaciones que mantienen su personalidad.

Boyd (2007) define una red social como un servicio basado en Internet que permite que los individuos construyan un perfil público en un sistema delimitado. Estas plataformas permiten que los usuarios compartan una red también conocida como conexión. Se conoce como red social todo aquel espacio virtual/digital donde las personas interactúan limitadas por las funciones que cada una permite en tiempo real con un intercambio de mensajes.

Las redes sociales más utilizadas para fines publicitarios según Ibañez (2014) son:

- Facebook: Esta red social cuenta con más de 890 millones de usuarios alrededor del mundo. Es la más utilizada para realizar publicidad debido a que permite seleccionar el público objetivo. Fox Deportes cuenta con más de 12 millones de seguidores.
- Instagram: Esta red social es de contenido visual debido a que las publicaciones son limitadas a fotografías y videos. La principal limitación de esta red social es que las publicaciones dentro de la misma solo pueden hacerse desde un teléfono inteligente. El canal cuenta con 1 millón de seguidores en esta red social.

El público objetivo de Fox Deportes son los latinos que residen en Estados Unidos. Esto representó algunas dificultades a la hora de crear las publicaciones para redes sociales debido a que se debían tomar en cuenta las restricciones con las que cuenta el país. Un ejemplo de ello es el patrocinador Oddshark. Los videos efectuados para Estados Unidos no podían llevar el nombre de esta casa de apuestas debido a que es ilegal promover los juegos de azar y las apuestas en este país.

3.6 Comunicación Audiovisual

La comunicación audiovisual es el proceso de organizar imágenes y sonidos con el fin de transmitir ideas y sentimientos a un público específico. Mota (1998) define el término de audiovisual como “el uso simultáneo del audio y video en el mensaje de un mismo medio”. Es por ello que se puede definir la comunicación audiovisual como todo proceso donde se unan imagen y sonido para la transmisión de un mensaje con un fin específico.

Rodríguez (1998) afirma que el lenguaje audiovisual es:

Un conjunto sistematizado y gramaticalizado de recursos expresivos que han sido previamente imaginados por un narrador, y que permiten estimular en el público series organizadas de sensaciones y percepciones que se transformarán en mensajes concretos y complejos.

Actualmente la comunicación audiovisual es la forma más común con la que medios deciden publicar sus mensajes a su público a través del internet. La inmediatez de esta herramienta digital aproxima al medio con sus usuarios que podrán decodificar cualquier mensaje de manera simultánea sin importar su ubicación en el mundo.

3.7 Producción audiovisual

La producción audiovisual es un proceso complejo que se divide en tres pasos: preproducción, producción y postproducción. Cada uno de estos pasos es de vital importancia en un proceso complejo que concluirá con un producto audiovisual de óptima calidad.

A. Preproducción

Para Bernstein (1993) esta es la etapa más importante del proceso ya que, de ser preparada de manera adecuada, se ahorrará tiempo y dinero. Antes de iniciar con una producción se debe de contar con una organización y planificación que sirva para programar de manera correcta un rodaje.

Esta fase también es conocida como la planificación. Es importante que sea la primera etapa del proceso ya que en ella se definen cosas puntuales como el objetivo, la idea, la forma y el fondo que se le dará al producto audiovisual. Antes de iniciar una producción se debe de contar con una planificación y organización que debe incluir un guion, esquemas o planos y una programación para la fase de producción. (Zepeda, 2007).

B. Producción

La etapa de producción define en gran parte el éxito que podrá obtener el audiovisual, ya que es en esta fase donde se debe de plasmar de manera correcta y con la mayor fidelidad posible las ideas expuestas en el guión.

Mota (1998) argumenta que producir consiste en aportar todos los medios precisos para la realización de una obra, teatral, cinematográfica o serie televisiva. Es conseguir todo lo preciso para la realización.

Los dos factores más importantes de un producto audiovisual entran en acción en esta etapa: la imagen y el sonido. Es necesario que todo el equipo de producción actúe de manera responsable y precisa para que el material desarrollado en esta fase sea el deseado. La imagen y el sonido apelarán a las emociones de la audiencia por lo cual deben de ser congruentes entre ellos.

C. Postproducción

La postproducción definirá la calidad del producto final. El objetivo principal de esta etapa es el de corregir cualquier error cometido durante la fase previa. Comúnmente el ordenamiento de secuencias se lleva a cabo en este momento de una producción.

En la actualidad, la postproducción es entendida como la edición de la imagen y el sonido para crear de ambos su mejor forma posible.

4 INFORME DE PRÁCTICA

En el presente apartado se detallará el trabajo realizado por el practicante durante los meses de junio, julio y agosto de 2017 en Fox Deportes. Las actividades más importantes que se realizaron fueron la edición de videos para redes sociales, redacción de contenido para el sitio web y coberturas a eventos deportivos.

También se llevaron a cabo labores complementarias como la creación de galerías para el sitio web de Fox Deportes, organización de paquetes de información para incluir en el cintillo informativo en el programa Fox Deportes En Vivo y edición de imágenes para ser utilizadas en las diferentes redes sociales del canal y conectar con el sitio web para mejorar el tráfico del mismo.

Por último, se exponen los retos y problemas con los que el practicante se enfrentó así como las soluciones para los mismos.

4.4 Edición de videos

La principal actividad en la que se basó la experiencia de práctica supervisada fue la de edición de videos para redes sociales. Esta labor se dividió en dos: la primera fue la edición de videos para las historias en los perfiles de Fox Deportes de Instagram y Snapchat y la segunda fue la edición de videos usando la herramienta Snappy Tv de Twitter para cortar videos de la transmisión en directo del canal para luego ser publicados en Facebook y ser monetizados debido a las pautas que se ingresan en momentos puntuales de cada uno de los videos. (Anexo 8.7)

La edición de videos fue complementada por actividades transversales que fueron: búsqueda y uso de fuentes de información (es decir, otros medios que hablaran o hicieran mención de una noticia deportiva para ser publicada de manera audiovisual), la aplicación de restricciones de derechos sobre las imágenes que se utilizaron para videos y la respectiva diagramación del video en plantillas creadas por el practicante para facilitar su edición.

Se editó un promedio de seis videos diarios entre historias y hechos noticiosos, sumando un aproximado de 300 videos realizados en los tres meses de la práctica, la longitud de los mismos varió debido a que algunos videos incluyeron análisis deportivo de expertos del canal explicando a profundidad un tema por lo cual se osciló entre los tres y veintidós minutos de duración.

Esta actividad estuvo directamente ligada con los eventos deportivos de mayor relevancia que sucedieron en el momento que el estudiante realizó las prácticas. El tema más utilizado en videos fue la participación de la selección mexicana de fútbol en la Copa Confederaciones y la Copa Oro, torneos de gran importancia para los intereses del canal. Este tuvo una cantidad aproximada de 4 videos al día. El segundo tema más visto en los videos fue el fichaje de Neymar que procedió a unirse al París Saint-Germain tras tres meses de negociaciones.

El tercer rubro de mayor atención en los videos editados por el estudiante fue el de las eliminatorias mundialistas editándose un promedio de 2 videos al respecto de los partidos alrededor del mundo.

El resto de temas utilizados en los videos editados por el estudiante varió ampliamente debido a que el acontecer deportivo es impredecible y algunos hechos sucedieron sin previo aviso, pero se convertían en prioridades para el canal y la edición de dichos videos tuvo que hacerse de manera rápida, eficaz y llamativa.

En esta labor se aprendió la importancia que un medio le da a su agenda previamente establecida. Cuando surgía una noticia ligada a los temas prioritarios del canal, se procedió a enfocarse en ellos antes que en cualquier otro. Esto supuso una versatilidad para el estudiante ya que las prioridades en un día podían cambiar hasta tres veces en un mismo día.

4.4.1 Edición de videos para historias en Instagram y Snapchat

La edición de videos para las historias de los perfiles de Fox Deportes en las redes sociales Instagram y Snapchat se centraron principalmente en el acontecer diario de la selección mexicana de fútbol, (esto, por el hecho que la mayor parte de la audiencia del canal son los hispanohablantes en Estados Unidos), pero también se editó videos sobre los principales torneos celebrados este verano como fueron la Copa Confederaciones y la Copa Oro.

Este rubro representó la mayor parte del trabajo del estudiante ya que ambas redes sociales permiten adjuntar un link a cada video para que los usuarios pueden leer acerca del acontecimiento y puedan informarse mejor. Vale la pena mencionar que todos los videos colgados en ambos perfiles de estas redes sociales eran diferentes debido a las características de cada una (duración, medida, posicionamiento del enlace, etc.) y en su mayoría contaron con buena retroalimentación por parte del equipo de trabajo de Fox Deportes.

A la vez, era necesario para estos videos buscar referencias para cada tema en otros medios dedicados al deporte. Esto enriqueció el conocimiento del estudiante acerca del hecho y facilitó la comprensión y el énfasis que se le dio a cada evento de manera cotidiana. Se habló sobre los jugadores, técnicos, presidentes y todos los equipos que tomaron parte en la Copa Confederaciones y la Copa Oro. También hubo videos sobre curiosidades, declaraciones y demás en cada partido pero estas no fueron tan frecuentes como lo mencionado anterior.

4.4.2 Edición de videos con fin publicitario

El segundo uso con mayor actividad fue la edición de videos con fin publicitario en Facebook. Esta red social permite a usuarios con gran cantidad de seguidores publicar videos con ciertas restricciones. Cuando los usuarios o suscriptores del perfil del canal observaban cada video, Facebook permite pautar en ellos, generando ganancias para Fox Deportes al hacerlo.

Esta actividad supuso un reto para el estudiante ya que los derechos sobre las transmisiones cuentan con restricciones dependiendo del país donde se encuentre el usuario. El internet, al permitir una interacción instantánea y sin barreras a lo largo del mundo era responsabilidad del estudiante no infringir en estos acuerdos entre países y limitar el uso de imágenes o transmisiones para editar cada uno de estos videos.

Por ejemplo, uno de los videos con mayor número de visualizaciones generó cien dólares de ganancia para el canal pero no podía ser reproducido en Guatemala debido a que incluía imágenes de un partido de fútbol no transmitido en el país. Así, el estudiante fue aprendiendo las restricciones de uso de imágenes a lo largo de los tres meses de prácticas para entregar siempre un producto de calidad, pero dentro de los márgenes legales permitidos por la red social. (Anexo 8.13)

La función de monetizar un video en Facebook colocándole pautas supone un riesgo para cualquier medio que lo utilice. Esto se debe a que muchas personas consideran que una red social que es de acceso gratuito no debería imponer pautas comerciales a los consumidores porque supondría una imitación a las funciones de la televisión que dividen los programas en bloques haciendo pausas para insertar comerciales. Esto podría resultar en un abandono a mitad del video por parte de los usuarios perdiéndose así información importante para el entendimiento de la noticia. También supondría pérdidas para el medio debido a que la única forma de generar dinero con estos videos se logra cuando un usuario observa el anuncio entero y continúa visualizando el producto audiovisual.

Para pautar en videos colocados en el perfil del medio Facebook impone ciertas restricciones. Entre ellas vale la pena mencionar:

- El primer anuncio debe de colocarse después de los primeros veinte segundos del video. Esto permite a usuarios poder determinar su interés inicial en un video y si quieren continuar en sintonía del mismo.
- La primera pauta en el video no puede exceder los quince segundos de duración.
- El segundo anuncio dentro del mismo video debe de colocarse al menos dos minutos después del primero. Esto, con el fin de no saturar un video con anuncios de forma relativamente seguida debido a que el interés de los usuarios podría desalentarse y llevarlos a buscar otro medio que publique el mismo hecho noticio sin un bombardeo comercial.
- Este anuncio puede oscilar en su duración entre los cinco y los treinta segundos de duración y supone mayor ganancia para el medio en caso que un usuario lo visualice de manera completa y continúe con el video original.
- El tercer y último anuncio debía ser colocado tres minutos después del anterior. De esta manera un video de diez minutos de duración podría tener tres pautas diferentes que le suponen mayores ganancias al medio.
- Debe durar entre 5 y 10 segundos el tercer anuncio, reduciendo la cantidad de tiempo que un usuario debe observar pautas para continuar con el video de su interés.

Todas estas especificaciones supusieron un reto significativo de manera diaria para el estudiante. A demás de tener restricciones con el uso de ciertas imágenes por sus derechos televisivos, el practicante se vio con la dificultad de armar bloques de bastante interés para mantener a los usuarios en sintonía del producto audiovisual aún con pautas comerciales dentro del mismo. Se varió entre bloques de expectativa y de información para realizar esta tarea de la mejor manera posible. (Anexo 8.7)

En los bloques de expectativa se planteó la noticia de la cual se iba a hablar pero sin detallar toda la información de la misma para que los usuarios tuvieran que esperar al final de una pauta para poder conocer dichos datos.

En los bloques de información se mostró a los periodistas expertos en el deporte analizando a profundidad la noticia. Se procuró no aburrir al usuario para que todos los datos que debía conocer se dividieran en introducción y conclusión sobre la noticia. Estos videos generalmente eran acompañados de una pregunta debate para que los usuarios respondieran al terminar el mismo. La cantidad de comentarios siempre fueron un buen indicador para saber qué temas generaron más polémica y discusión entre usuarios.

La retroalimentación de esta herramienta en Facebook estableció datos fáciles de comprender. Entre los datos más relevantes considerados por parte del medio vale la pena mencionar los siguientes:

- Tiempo promedio de visualización por usuario
- Cantidad de anuncios vistos en promedio por cuenta
- Porcentaje de retención de la audiencia desde el inicio hasta el final del video
- Total de ganancias para el medio con las pautas insertadas en cada video

Al analizarse estos datos de manera cotidiana se entendió cuáles eran los temas que generaban más atención y respuesta por parte de los usuarios, haciendo de esta labor una responsabilidad diaria que combinaba habilidad para la creación de los videos y discernimiento deportivo para elegir los temas a publicar.

4.5 Redacción de notas deportivas

La redacción de notas deportivas fue otra de las actividades más frecuentes en el proceso de prácticas. La búsqueda y uso de fuentes de información y la selección de material multimedia para complementar las notas fueron acciones secundarias que contribuyeron a la redacción.

Se escribió un promedio de cinco notas informativas diariamente entre historias sociales, crónicas de partidos y entrevistas. La longitud de las notas varió dependiendo del hecho noticioso que se buscó contar por lo cual la línea editorial se definió como adaptable y no fue estricta. Esto permitió que los contenidos de las notas pudieran ser adaptados a un esquema que eligió el estudiante.

Esta actividad estuvo dedicada en su mayoría al fútbol. Se escribieron un aproximado de 4 notas por día dedicadas a este tema. Otros deportes que contaron con cobertura en las notas realizadas en los meses de prácticas fueron el beisbol y el fútbol americano. (Anexo 8.5)

Este rubro hace referencia al contenido escrito para el sitio web www.foxdeportes.com donde se publicaron las notas redactadas. Vale la pena mencionar que las fuentes utilizadas para la generación de las notas varió usándose así desde agencias de notas como EFE y AP hasta cuentas verificadas en redes sociales a la hora de publicarse un video o una fotografía.

Las notas en la línea editorial de Fox Deportes se conocen como: nota informativa y social story. La realización de todas las notas que entran en la primera clasificación fue explicada en la primera semana de las prácticas de manera clara y sencilla. Se buscó notas en las principales agencias y luego se consultaban otras fuentes como podían ser otros medios dedicados a la actualidad deportiva. Luego se pasaba a un proceso de edición en el servidor de creación de notas del canal. Se enlazaban videos o galerías relacionados a la nota para que los lectores pudieran gozar de alternativas visuales y no cansar su vista. Por último, se elegía una fotografía como pieza central y se publicaba la nota.

En Fox Deportes se conoce como social story (historia social en inglés) como toda aquella noticia que podría entrar en la categoría de viral o curiosidades, aunque no se limita solo a contenido de estas características. La redacción de estas notas tenía la innovación y la creatividad como características mandatarias. Al darle prioridad a estas características las notas son más llamativas desde el titular para los lectores, incrementando así el tráfico en el sitio y las redes sociales del canal. (Anexo 8.10)

Se combinó la redacción de notas en los tres meses de prácticas entre historias sociales y notas informativas. De esta manera, el contenido del sitio web era variado y llamativo para los usuarios. Fue de gran importancia estar siempre al pendiente de agencias de notas como EFE y AP ya que en cualquier momento surgían entrevistas o previas a partidos que iban a ser transmitidos por el canal. Se publicó estas notas con el fin de enriquecer la transmisión de los eventos deportivos para usuarios que siguen en todas sus redes sociales al canal. A su vez, el constante monitoreo de redes sociales permitió al estudiante estar al tanto de curiosidades deportivas y realizar notas que sirvieran como anzuelo para atraer a nuevos suscriptores a las redes sociales y el sitio web del canal donde al terminar de leer una nota se le recomienda automáticamente otra relacionada. Al final de cada nota siempre se citó la fuente consultada para la misma así como los créditos de la fotografía utilizada para redes sociales.

Durante los tres meses de prácticas se cubrieron eventos y sucesos de alta importancia para el medio que fueron:

- Copa Confederaciones en Rusia
- Copa Oro en Estados Unidos
- Supercopa de Europa entre el Real Madrid y el Manchester United
- El fichaje más caro en la historia del fútbol: El de Neymar al París Saint-Germain

Todos estos eventos deportivos requirieron de un monitoreo constante incluso fuera de horas de trabajo para estar al tanto de su actualidad. El estudiante desarrolló una precisión y una inmediatez tanto en la redacción de notas deportivas como en la edición de videos con el objetivo principal de mantener al medio como la primera fuente de información acerca de cada uno de estos acontecimientos.

Copa Confederaciones 2017 en Rusia

La cobertura de este evento deportivo inició el 17 de junio y concluyó el 2 de julio. Se jugaron 16 partidos que fueron cubiertos en vivo tanto en el MatchTrax del sitio web (una herramienta dentro del sitio de Fox Deportes que permite a los usuarios leer cada jugada con opinión del encargado de cubrir el partido) como en el perfil en Twitter del canal. Cada día que se jugó un partido, la gran parte de las notas redactadas para el sitio web fueron dedicadas a la previa, protagonistas y resultado del mismo. (Anexo 8.9)

Sobre este torneo que se juega cada cuatro años y que contaba con la participación de la selección mexicana por segunda edición consecutiva se escribieron un total de treinta y dos notas en sus dos semanas de duración. Una de las notas escritas por el practicante con mayor alcance de usuarios fue la crónica del partido entre Portugal y Chile en las semifinales del torneo. Este partido se definió en penales y contó con varias curiosidades así como récords impuestos en el mismo, todos estos datos se detallaban en la nota.

Copa Oro en Estados Unidos

El segundo evento deportivo con mayor cobertura para Fox Deportes en los tres meses de duración de las prácticas fue la Copa Oro, ya que fue jugada suelo estadounidense y contó con la participación de la selecciones de México y Estados Unidos. En la aplicación de Fox Deportes estos son los equipos con mayor cantidad de seguidores ya que envuelven casi en su totalidad al grupo objetivo del canal. Este evento permitió una alta generación de contenido deportivo para ser publicado en redes sociales durante el transcurso del mismo.

Se redactaron entrevistas, previas, crónicas y noticias sobre el desempeño y los resultados del torneo mientras este avanzaba. Fox Deportes vio como prioridad el seguimiento total del torneo ya que varios de los encuentros fueron transmitidos por el canal y por la aplicación para teléfonos inteligentes.

Supercopa de Europa

La Supercopa de Europa supone el banderazo de salida para las principales ligas europeas las cuales transmite el canal. El título en juego se define a un partido único que tuvo como protagonistas al Real Madrid y el Manchester United; estos equipos son dos de los 5 con mayor cantidad de suscriptores en la aplicación de Fox Deportes por lo cual fue prioridad para el canal darle un seguimiento total al mismo.

Para este partido hubo una gran cobertura tanto en redes sociales como en el sitio web. Las declaraciones de los protagonistas en rueda de prensa, las alineaciones y reacciones posteriores al partido acapararon en su totalidad la atención del canal el día 8 de agosto. Al contar con la transmisión en vivo por el canal se pudo manejar libremente una línea de publicación incluyendo goles, acciones relevantes y repeticiones del mismo.

El fichaje más caro de la historia del fútbol

El mercado de fichajes de verano del 2017 supuso un fichaje para la historia del fútbol. Neymar Jr. fue traspasado por una cifra récord del FC Barcelona al París Saint-Germain. Esta negociación fue larga y llena de controversias. Duró más tres meses suponiendo para el canal una atención constante debido a que la información era escasa y se redactaron aproximadamente 20 notas al respecto del traspaso.

Este acontecimiento supuso un reto monumental para el estudiante debido a que la información que se filtraba en redes sociales no siempre fue de fuentes confiables y se debió esperar a una confirmación por parte del canal para poder publicar cada nota al respecto.

4.6 Redes sociales

La tercera actividad más realizada en el proceso de prácticas supervisadas fue el de manejo de las redes sociales del canal. Se utilizó principalmente Facebook dónde se publicó la mayoría de videos y notas realizadas por el estudiante debido a que la interacción con el grupo objetivo es más inmediata y de respuesta más identificable. El hecho de que Facebook ahora permite a los usuarios reaccionar conforme a sus sentimientos hace que cualquier medio conozca los intereses, gustos y demás sobre su público objetivo.

Cuando se inició el proceso de prácticas Fox Deportes contaba con 12 millones de seguidores en Facebook, en Twitter era seguida por más de 593 mil usuarios, en Instagram contaba con 1 millón de seguidores y su cuenta de Snapchat promediaba 125 mil visualizaciones por día. Debido a esta alta exposición del medio en redes sociales cada video y nota que fue publicada requería de una fundamentación concreta y sin errores.

En Snapchat e Instagram las historias se actualizaban dos veces por día. La primera era a las 10:00 horas suponiendo una previa para cualquier encuentro de fútbol disputado y la segunda actualización se realizó entre 18:00 y 20:00 horas. De esta forma, ambas redes sociales contaban con publicaciones de mayor importancia para el medio como los resultados, goles, etc. de cada torneo o partido transmitido por el canal.

Los videos publicados en redes sociales promediaron 500 mil visualizaciones diarias y las notas colgadas en el sitio web 40 mil visitas. Cada publicación, ya fuera un video o una nota, debía ser acompañada por una fotografía relacionada. En los videos la fotografía era colocada como *thumbnail* o pre visualización mientras que las notas en el sitio web contaban con una imagen editada en Photoshop encajando las medidas de 1280x720 para contar con una alta calidad.

4.7 Problemas y soluciones

En los tres meses de prácticas se tuvo percances e inconvenientes puntuales los cuales tuvo que solucionar el practicante de manera rápida debido a que un error en redes sociales expone al medio a señalamientos por parte de los usuarios.

- Uno de los problemas que se encontró en la edición de videos fue la inclusión de imágenes de un entrenamiento de los cuales el canal no tenía los derechos. Esto supuso una invalidación por parte de Facebook a la hora de ser publicado y se tuvo que reeditar el video. Se perdió tiempo y recursos por lo cual al estudiante se le llamó la atención y tuvo que crear ayudas visuales para recordar de manera cotidiana los acuerdos de derechos televisivos con los que cuenta el canal.

Este error enseñó la importancia de revisar minuciosamente cada trabajo entregado y que lleva el nombre del canal, ya que, es este el que podría sufrir consecuencias al no respetar acuerdos sobre los derechos de uso de imágenes y videos.

- Otro error cometido en las prácticas se debió a una equivocación en la categorización de una nota deportiva. Al redactar una nota, esta debe de ser categorizada para que el servidor del sitio web pueda publicarla y ser encontrada de manera fácil por los usuarios de la página web. Al categorizarse erróneamente los usuarios se verían con la situación de una página lenta de cargar y podrían proceder a abandonar el sitio.

La nota no fue retirada del sitio web. El equipo de trabajo de Fox Deportes ayudó al practicante a crear una ficha con las guías de categorización para las notas a ser escritas en el futuro. De esta manera, no se volvió a cometer el mismo error en lo que restó de prácticas.

El practicante aprendió que el tiempo de espera promedio de un usuario de sitios web es de cinco segundos, por lo cual si existe un problema con el link de una nota esta tardaría casi un minuto en cargar restando así la cantidad de tráfico del sitio.

5 REFLEXIÓN SOBRE LA PRÁCTICA

Las prácticas realizadas en el canal deportivo Fox Deportes permitieron desarrollar las habilidades, conocimientos y destrezas adquiridos por el estudiante durante los cinco años de estudio de la Licenciatura de Ciencias de la Comunicación.

La decisión de realizar las prácticas en este medio fue a raíz del gusto del estudiante por la cobertura deportiva en el medio televisivo y conocer el perfil del puesto al que sería designado en su práctica. Esto con el objetivo de ampliar conocimientos básicos como la redacción de noticias, el manejo de redes sociales y la producción multimedia.

Una de las primeras situaciones que vivió el practicante fue la dinámica actual donde un medio televisivo, a su vez, genera contenidos multimedia en diversas redes sociales, lo que obliga a que sus redactores produzcan material para ser difundido y compartido por los seguidores del canal en dichas redes. Esto supuso el reto de combinar los conocimientos adquiridos durante la carrera pero también estar pendiente de la dinámica que hoy día tiene un medio de comunicación en cuanto al movimiento y consumo de su material en sus perfiles.

Durante esos años, el alumno siempre tuvo un interés especial por la producción audiovisual así como por las plataformas digitales que se utilizan en la actualidad. La actividad más realizada en las prácticas fue la adaptación de contenido informativo a formato multimedia, para esta labor fue de utilidad los principios aprendidos en clases como Taller de Producción de Video y Discurso Audiovisual.

El trabajo realizado en Fox Deportes requería producir material digital en base a la información generada por el canal deportivo. Era importante mantener una atención permanente en la transmisión del canal para tener claro los temas a cubrir en la agenda de cada día. El principal reto era mantener activas las redes sociales con la información inicial durante el día. Por ejemplo; tras concluir un partido de la Copa Confederaciones el estudiante debía mantener las redes sociales activas durante la noche y la mañana del día siguiente para que los seguidores estuvieran al tanto del canal al momento de iniciar la transmisión del siguiente día.

El momento más importante del día era la reunión de la mañana, donde el jefe designaba los temas más relevantes durante el día. A partir de ese momento la labor del estudiante giraba en torno a los temas previamente agendado. Para mantenerse en la misma línea editorial que el resto del equipo el estudiante utilizó principios básicos del periodismo como los vistos en clases de Géneros Periodísticos I y II. Era muy importante para el desarrollo de las prácticas que se comprendiera en su totalidad la importancia de la agenda del medio.

Los videos en redes sociales debían presentar información relevante además de estar en un formato llamativo visualmente. Esta información debía de dársele seguimiento como fue el caso del traspaso más caro en la historia del fútbol, el caso Neymar Jr. Fueron aproximadamente tres meses durante los cuales la información expuesta debía de contar con el seguimiento adecuado adaptando el mensaje o el contenido a cada red social.

En la actualidad cada red social tiene sus características particulares. Entender la naturaleza de cada de una de estas plataformas fue absolutamente necesario para cumplir con las tareas de manera cotidiana. El conocimiento adquirido en las asignaturas como Comunicación en la Era Digital y Gestión de Proyectos Web sirvió como referente a la hora de trabajar en un departamento dedicado en su totalidad a generación de contenido digital.

Para aprovechar lo mejor posible las características de cada red social se tenía que tomar en cuenta un análisis semiótico en las fotografías a utilizar. El proceso de selección de fotografías es de gran importancia debido a que un error en la selección de la imagen central para acompañar una noticia importante para el medio podía terminar enviando un mensaje totalmente equivocado al deseado.

Dentro de esta línea vale la pena mencionar la importancia que tiene conocer al público al cual se le habla. En Fox Deportes el grupo objetivo es lo más importante a tomar en cuenta y muchas veces se le pidió al estudiante que pensara como consumidor y no como productor. Esto facilitó el trabajo ya que la naturaleza de los usuarios es parecida a la del practicante por ser parte de la generación “milenials”. Como comunicadores este tipo de momentos permite entender el proceso de comunicación, es decir tener en claro el mensaje que se quiere transmitir, el público objetivo al que llegará ese mensaje y por lo mismo determinar cuáles son los canales más adecuados en función de la característica de los destinatarios. Pero también entender la importancia que tiene el comunicador al momento de elaborar el mensaje.

Este conocimiento tuvo un peso importante en el desenvolvimiento durante los tres meses de prácticas. En las primeras dos semanas el todo el trabajo realizado era monitoreado por el supervisor. A partir de la tercera semana tanto el supervisor como el equipo confiaron en el discernimiento profesional del estudiante para generar contenido a su gusto y criterio. Esto incluía adaptación de noticias a diferentes herramientas multimedia así como su seguimiento.

El manejo de las cuentas del medio requirió de carácter profesional, conciso y correcto. Las redes sociales más utilizadas por el practicante fueron Instagram, Snapchat y Facebook. Los videos colgados en cada una de estas redes sociales contaban con un hipervínculo que dirigía al sitio web del medio, mejorando el tráfico del mismo. En el curso de Gestión de Proyectos Web se aprendió la efectividad de herramientas como los hipervínculos para aumentar las visitas en un sitio.

El manejo de diferentes plataformas web también fue reforzado en las clases de Lenguajes Web y Producción Multimedia. Esto fue útil ya que todas las noticias fueron manejadas y adaptadas para causar impacto visual en cada red social.

La otra actividad más realizada por el estudiante fue la redacción de contenido deportivo para la cobertura de noticias, eventos y partidos que fueron considerados relevantes para el público objetivo de Fox Deportes.

En este caso fue importante analizar un mensaje hacia un público distante, en este caso los televidentes y suscriptores en Estados Unidos. Sin tener un contacto directo con este grupo, el practicante diseñó los contenidos buscando hacer llegar un mensaje y generar una reacción en este público.

Como fue mencionado en el marco teórico, Baena (1990) hace una reflexión sobre las características del periodismo definiendo que debe usar un lenguaje sencillo y directo que facilite su entendimiento. Durante la elaboración de notas periodísticas se mantuvo esto en mente ya que la redacción del practicante buscó ser clara, breve y concisa permitiendo a las personas comprender en la totalidad la noticia y no usar un lenguaje rebuscado.

Para redactar una nota se debía cumplir con las bases del periodismo y responder a las preguntas de ¿qué, cómo, cuándo, dónde y quién?. Los cursos de Géneros Periodísticos I y II enseñaron diferentes herramientas como la forma correcta de citar, la inclusión de fuentes

consultadas y demás. El curso de Taller de Expresión Escrita reforzó la buena ortografía y gramática con la que un comunicador debe de contar a la hora de escribir.

Fue muy importante la imparcialidad a la hora de escribir una noticia, ya que la opinión del estudiante no debía involucrarse en este proceso. El deber de un periodista debe ser principalmente el de contar la noticia tal y como se dio, sin beneficiar o menospreciar a ningún protagonista involucrado. El reto de mantener la objetividad en la información, a pesar de que el público tendrá una visión subjetiva en función de los gustos deportivos que maneja el destinatario. De la misma manera como una forma de aplicar los principios éticos recalcados en la Universidad Rafael Landívar, no se debía dejar incidir en el contenido de la información por los gustos del practicante.

El fondo de las noticias no es tan importante como la forma, tal y cómo se aprendió en Estilística y Análisis Semiótico. En la actualidad existen muchos medios dedicados en su totalidad al deporte. La forma de sobresalir de la competencia de Fox Deportes no pasa por el fondo, sino por la forma. En las primeras semanas de prácticas se le enseñó al estudiante el lenguaje usado por el medio, sus reglas y la forma de tratar al público objetivo.

Entre las tres funciones con las que un periodista deportivo debe cumplir, se hizo mayor énfasis en la de explicar. Para un usuario es de vital importancia comprender la noticia que se está leyendo como explica Barroso García (1996) ya que se deben acortar los tiempos a los que los lectores están sujetos a un texto. Hoy día el público joven que sigue redes sociales da prioridad por encima del texto a la imagen, lo que supone otro reto para el comunicador que debe diseñar contenidos gráficos atractivos para que el público se interese en consultar la nota. Cada vez se reduce más el tiempo dedicado a la lectura, por lo que se debe buscar mantener la atención del potencial grupo objetivo.

Algunos factores que contribuyeron en la práctica y que son requisitos éticos y profesionales necesarios para un periodista deportivo, vale la pena mencionar los siguientes:

- Amplio conocimiento deportivo: Tanto histórico como de actualidad. Esto ayudó a no cometer errores en la redacción de una nota. Conocimiento del contexto y entorno.
- Gusto por los deportes: El puesto requirió total atención del estudiante a diferentes eventos deportivos de los cuales era necesario conocer las reglas y a los principales exponentes de cada uno. Esto porque el mensaje debe ser claro para el público objetivo, tanto el que conoce de la disciplina deportiva, como el que eventualmente observa el evento.
- Herramientas de edición: Fue requerido un amplio conocimiento de edición de videos y fotografías. En el proceso de comunicación hoy día la imagen va de la mano con el contenido, ambos deben ser igualmente atractivos.
- Conocimiento de nuevas tecnologías: El estudiante necesitaba conocer las redes sociales que se manejaron al igual que sus características principales, de esta manera se supo cómo adaptar cada contenido audiovisual para ser mostrado de manera efectiva.

Durante el proceso de prácticas fue necesario que el estudiante manejara varios programas de edición como Photoshop y Premier ya que se usaron todos los días. A pesar que se tenía habilidad para la postproducción en estos programas fue necesario aprender atajos en el teclado para ser más eficaz y disminuir los tiempos de entrega final de material audiovisual. Desde la primera semana se realizó una plantilla con las medidas de cada red social para ahorrar tiempo a la hora de adaptar videos y fotos a las diferentes redes sociales utilizadas por el medio en las actividades cotidianas. Este fue un buen ejemplo de como la teoría debe adaptarse a la presión cotidiana de los tiempos que se manejan en una sala de redacción.

Los cursos de Diagramación, Discurso Visual y Televisión enseñaron el manejo y uso de estos programas. Estos conocimientos proporcionaron una ventaja de adaptación al departamento que no tenía visualizada el supervisor. Aunque se utilizaron diferentes programas, la mayoría comparten las características vistas en estos cursos por lo cual se relacionó con lo aprendido y se usaron sin ningún problema.

Todo comunicador debe de conocer sus alcances y límites a la hora de laborar. En este aspecto, Deontología de la Comunicación enseñó la responsabilidad a la que está sujeta un profesional de la comunicación. En la práctica el estudiante debió memorizar algunos de los acuerdos de televisión a los que está sujeto el medio para no exceder sus derechos y conocer las consecuencias de una falta a estos estándares impuestos. Hoy día la cantidad de información que se genera es mucha y se necesita mantener una ética en cuanto al origen de la información, el respeto a las fuentes, el citar correctamente, el verificar todo dato previo a publicar, que no afecten los derechos del autor, que la prisa por la primicia no reste credibilidad al redactor.

Trabajar tres meses con el equipo de Fox Deportes fue una gran experiencia tanto profesional como personal. El ambiente de trabajo era el idóneo ya que era amistoso y el estudiante contó con apoyo incondicional para afrontar cualquier problema o percance encontrado. Los resultados a los objetivos planteados al principio de este proceso fueron totalmente positivos.

El equipo de trabajo contaba con algunos de los primeros trabajadores de Fox Networks Group en Guatemala. La pasión con la que cada uno de ellos trabajaba resultó un factor motivante para el estudiante. Cada uno de los integrantes del equipo de trabajo sabía realizar todas las tareas de todos los puestos. Este aspecto le mostró al estudiante el compromiso y la importancia que se le da al trabajo en equipo en este departamento.

En general el clima laboral era de participación en grupo. Todos los integrantes tenían voz y voto en la toma de decisiones, incluido el practicante. Al ser tomado en cuenta de manera equitativa surgió una motivación extra para querer exceder en cada actividad designada, es por ello que muchas veces se realizó más de lo que era requerido.

Este clima laboral permitió al estudiante sentirse cómodo y trabajar con libertad. Aun así, el nivel de exigencia era alto por lo cual la comunicación entre todos los integrantes era un aspecto primordial. Se recordó, casi a diario, que de encontrarse con un problema, duda o percance existía total libertad de expresarlo ya que el grupo intentaría siempre la manera de resolverlo.

Un aspecto exigido desde el inicio de las prácticas fue la importancia de la puntualidad tanto de horario como de entrega de contenido. Los diferentes eventos deportivos exigían atención total en diferentes horas a lo largo de una semana, por lo cual se respetó el horario desde el inicio. Una de ellas es el manejo del tiempo en un trabajo bajo presión. En la era digital la inmediatez debe de ser una prioridad para cualquier medio, y en este caso, no fue la excepción.

La experiencia en Fox Deportes le ejemplificó al estudiante los dos objetivos principales de un medio periodístico deportivo: buscar ser el líder informativo y diferenciarse de la competencia. Para lograr estos objetivos se necesitó un manejo de redes sociales prudente, innovación en la creación de contenidos audiovisuales y un monitoreo constante a eventos deportivos de interés.

Esta experiencia también demostró el nuevo perfil que los medios de comunicación requieren de un comunicador. Es decir un periodista conocedor de diversas temáticas, especializado en un tema puntual (en este caso deportes), pero con la capacidad de elaborar y difundir contenidos en diversas plataformas.

Ante una oferta que cada vez es mayor tanto de información como de medios, es importante sobresalir por la rapidez en la información, pero también la veracidad y calidad de la misma.

En lo profesional las prácticas fueron una muestra de la preparación con la que cuenta el estudiante a la hora de enfrentar retos profesionales en el ámbito de la comunicación, siempre con la intención de querer mejorar. En lo personal fueron de gran ayuda ya que enseñaron que lo importante que es cumplir con las responsabilidades otorgadas, que todo comunicador debe de aprender a trabajar en equipo y por último a manejar de mejor manera el tiempo.

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Por último, en esta sección se hará un repaso sobre la experiencia tanto de las prácticas profesionales como la unificación de teórico a práctico al realizar el trabajo de graduación. Las conclusiones serán relacionadas estrechamente con la experiencia profesional de las prácticas con el fin de servir como punto de referencia en el futuro. Las recomendaciones se plantearán con el objetivo de mejorar la preparación de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación y el proceso de graduación que esta carrera conlleva.

6.4 Conclusiones

Durante el proceso de prácticas en el medio televisivo Fox Deportes en la sección de elaboración de contenidos digitales se adquirieron conocimiento sobre la forma de generar contenido audiovisual y escrito que fuese del interés del público objetivo. Para ello, se aprendió a gestionar, editar, crear y monitorear constantemente contenido deportivo.

Cada red social utilizada por el medio permitió que el estudiante comprendiera en su totalidad la importancia de la planificación y la preproducción. Redes sociales como Facebook e Instagram cuentan con características muy diferentes por lo cual se aprendió a adaptar el contenido deportivo a la forma requerida.

Como todo trabajo periodístico, la inmediatez y eficacia fueron bases fundamentales para una práctica con resultados positivos. El estudiante comprendió la necesidad de trabajar bien bajo presión y a gestionar de manera correcta sus recursos y lo valioso que es el tiempo en una empresa tan grande. En esta dinámica, se reforzó la precisión, ya que el trabajo debía hacerse en tiempos relativamente cortos sin caer en equivocaciones o errores gramaticales para evitar llamados de atención.

Las aptitudes principales con las que debía contarse antes de empezar a trabajar en el equipo de contenido digital de Fox Deportes eran la del trabajo en equipo y la eficacia de recursos, ya que permitieron al estudiante a desenvolverse con seguridad y confianza frente a sus compañeros y supervisores.

Al iniciar las prácticas el estudiante contaba con tres labores diarias que se le fueron designadas específicamente. Mientras fue avanzando el tiempo de prácticas se creció dentro del equipo de trabajo por lo cual las responsabilidades fueron aumentando. Esto permitió que los objetivos planteados al principio de las prácticas se cumplieran de manera correcta y se aprendiera más acerca de la gestión del contenido en redes sociales.

Actualmente las redes sociales son la herramienta por excelencia más utilizada por medios para crear comunidad con su grupo objetivo. Para crear una relación digital con el público, Fox Deportes mantiene sus redes actualizadas y monitoreadas las 24 horas del día. De esta forma, se logra el objetivo de ser la primera opción en la mente del espectador. Al formar parte de un equipo de creación de contenido digital para redes sociales su pudo poner en práctica todos los conocimientos adquiridos en clases como Comunicación en la Era Digital y Nuevas Plataformas de Producción Audiovisual.

La producción audiovisual es un proceso complejo que requiere de tres etapas, al ser parte primordial de las actividades realizadas de manera cotidiana por el estudiante se lograron realizar con mayor eficiencia. Esta herramienta ha revolucionado la forma en la que se pueden contar historias en la era digital y es por ello que Fox Deportes lo toma como prioridad.

El equipo de creación de contenido de Fox Deportes utiliza una forma digital pero el fondo permanece siendo puramente un trabajo periodístico deportivo. Fue importante para el estudiante comprender que todos los medios de comunicación cuentan con el poder de manipulación de opinión en sus mensajes. Para evitar una manipulación en el contenido de las notas deportivas se le reforzó al estudiante la importancia de ser objetivo y contar los hechos tal y como suceden. Las notas realizadas por el estudiante debían exponer hechos deportivos y de ninguna forma involucrar opiniones, ya que es para ello que existen varios programas de mesas redondas de discusiones deportivas en el canal.

Las competencias básicas que brinda la Universidad Rafael Landívar a los comunicadores sí construyen a un comunicador capaz, profesional y ético que puede entrar sin problema alguno al campo laboral. La variedad de cursos con los que cuenta el pensum de la carrera enriquece diferentes aspectos que todo profesional debe de manejar y refuerza herramientas básicas que un comunicador debe de exceder en sus labores profesionales.

En el tiempo de prácticas se cumplió con los dos objetivos principales planteados por el supervisor y previamente mencionados en el plan de práctica: mejorar el tráfico del sitio web y mantener las redes sociales de Instagram y Snapchat constantemente actualizadas.

El tráfico se mejoró enlazando los perfiles de Facebook, Twitter, Instagram y Snapchat con el sitio web. Al publicar cualquier nota, fotografía, infografía o video se complementaba con un enlace que redirigía a los usuarios al sitio web para recibir la información completa.

La constante actualización de Instagram y Snapchat se logró publicando contenido en las historias dos veces al día, una por la mañana y una por la noche promediando 125 mil visualizaciones por publicación.

6.5 Recomendaciones

A la Universidad, especialmente al departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Humanidades se le sugiere que dentro del pensum existan tres años de área común y posteriormente un año y medio de elección profesional para concretar conocimientos específicos elegidos por los estudiantes conforme a sus aptitudes así como sus fortalezas y debilidades.

En los tres primeros años de área común incluir los cursos donde se le refuerce a los futuros comunicadores herramientas básicas de redacción, de ortografía y de gramática como lo son Estilística, Taller de Expresión Escrita, Géneros Periodísticos I y II y Análisis Semiótico. Estas tres herramientas son necesarias que todo comunicador domine para su desenvolvimiento profesional. También Métodos de Investigación I y II ya que parte fundamental de todo comunicador es poder discernir en la información a la que está expuesta.

Los catedráticos de estas clases de formación deben de ser más exigentes con los alumnos tanto en tareas como en proyectos finales, especialmente en los productos escritos.

Cursos como Deontología de la Comunicación enriquecen mucho la perspectiva de un comunicador por lo cual abarcar todo su contenido en un semestre resulta un reto con alto grado de dificultad tanto para el maestro como para los alumnos por lo cual podrían ser dos clases en lugar de una.

Las clases electivas como Comunicación en la Era Digital y Nuevas Plataformas de Producción Audiovisual resultan en una inclusión de talleres sobre el manejo correcto de redes sociales por lo cual podrían ser obligatorias ya que la mayoría de medios están migrando a plataformas digitales para exponer su contenido mediante productos audiovisuales y esto resulta en un reto para los estudiantes que no tomaron estos cursos a la hora de realizar sus prácticas profesionales.

La explosión del internet permite que los medios o empresas puedan tener una verdadera comunicación con retroalimentación de su público como fue expuesto en la fundamentación teórica del presente trabajo. El correcto uso del lenguaje, con su tono y su forma son cosas que todo comunicador debe tener presente ya que el correcto uso de las redes sociales actualmente resulta valioso e importante en el campo laboral.

En el último año y medio los estudiantes podrían contar con la libertad de elegir la rama de la carrera que más les apasione, por lo cual rendirían de mejor forma en sus cursos al llevar los que más los preparan y examinan sus habilidades y capacidades. De esta forma, la exigencia de la Universidad podría ser aumentada para que los estudiantes cumplan tanto en trabajos simples como en proyectos finales. Al fallar en esta exigencia los estudiantes podrían acomodarse a un estándar bajo y no realizar producciones o trabajos de alta calidad.

Se recomienda la inclusión de uno o más cursos que fomenten la lectura y preparen al comunicador con herramientas esenciales como por ejemplo la lectura rápida. A lo largo de los cinco años son muy pocos los cursos que exigen una lectura comprensiva y argumentativa de los estudiantes por lo cual este es un hábito que se va perdiendo y termina siendo una debilidad al entrar al período de prácticas.

El pensum de la Carrera de Ciencias de la Comunicación es completo ya que abarca lecciones desde la producción audiovisual hasta el periodismo, radio, comunicación para el desarrollo y mucho más. Los proyectos asignados en las clases prácticas son de alta exigencia y requieren de los estudiantes una coordinación, responsabilidad y manejo del tiempo muy similar a la del campo laboral. Los trabajos en grupo refuerzan la comunicación, el trabajo en equipo y la planificación, tres claves para el desarrollo de los estudiantes en su camino a convertirse en profesionales.

Por último, se le sugiere al departamento de Ciencias de la Comunicación que dentro del pensum se convierta en obligatoria la práctica y no solamente hasta el cierre de los estudios teóricos. Esto con el fin de poder medir el crecimiento de los estudiantes durante los años de formación cuando todavía existe margen de mejora y no hasta el final cuando resulta una dificultad corregir malos hábitos o deficiencias en la formación académica.

7 BIBLIOGRAFÍA

- Aguado, J. (2004) “Introducción a las Teorías de la Comunicación y la información”. Universidad de Murcia: Murcia, España
- Baena G. (1990) Géneros periodísticos informativos. Pax México, México D. F.
- Bernstein, S. (1993). Técnicas de Producción Cinematográfica. México: Limusa.
- Boni, F. (2008) Teorías de los Medios de Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona: Barcelona.
- Davis, D.& Baron, S. (1981). A History of Our Understanding of Mass Communication. Wadsworth Publishing: Belmont.
- García J. Carvajal, M. “¿Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence Two Models of Multimedia News Production – The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. Convergence: the International Journal of Research into New Media Technologies. Vol 14(2). pp. 221–239. Sage, 2008.
- González, S. (1999). Géneros Periodísticos 1: periodismo de opinión y discurso. México, D.F.: Trillas.
- Hitchcock, J. (1991). Periodismo Deportivo. Edición en castellano. Santa Fe de Bogotá, Colombia: Editorial Voluntad, S.A
- López, D. (2012) Profesional multitarea y contenido multiplataforma: nuevas prácticas en la radio contemporánea. Revista académica de la federación latinoamericana de facultades de comunicación social (FELAFACS) Brasil.
- López, A. (2009). El titular. México, D.F.: Alfaomega Grupo Editor.
- Markel L. Cfr. Santamaría. (1990) El comentario periodístico. Los géneros persuasivos. Editorial Paraninfo, Madrid.
- Masip, P. Micó, J. Meso, k. (2012) Comunicación y riesgo: III Congreso Internacional Asociación Española de Investigación de la Comunicación Komunikazioa eta arriskua: III Nacioarteko Biltzarra Komunikazioaren Ikerkuntzarako Espainiar Elkarte
Comunicación e risco: III Congreso Internacional Asociación Española de Investigación da Comunicación. España.
- Muñoz J. (1994) Redacción periodística. Librería Cervantes, Salamanca.

- Paz, V. (2012) “Comunicación organizacional”. Ediciones Red Tercer Milenio, México D.F.
- Rivadeneira, R. (1980) Periodismo, la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación. Ed. Trillas, México. 211 ed., pág. 34.
- Rodríguez, A. (1998). La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. España: Paidós.
- Salaverría, R. (2005). Redacción periodística en Internet. España: Ediciones Universidad de Navarra, S.A.
- Zepeda, C. (2007). Video digital: Producción y realización. México: Educare Académico.

8 ANEXOS

8.4 Carta 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@urfi.edu.gt

Guatemala, agosto 30 de 2017

Lic.
Luis Miguel Morales
Social Media
Fox Deportes
Ciudad de Guatemala

Estimado Licenciado Morales:

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 Fox Deportes y, especialmente a su persona, por la valiosa contribución y apoyo a esta labor educativa, al permitirle a **Federico Javier Asturias Contreras**, 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 el estudiante Asturias Contreras 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



8.2 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 Fox Deportes**, 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 el 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 periodo 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 **Fox Deportes**, yo, **Luis Miguel Morales**, me comprometo a:

Primero: proporcionar un espacio al estudiante **Federico Javier Asturias Contreras**, carné **1317513** 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 el estudiante-practicante, o bien, designar a **Marcelo Furlán**, 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 el 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 del 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, **Federico Javier Asturias Contreras, carné 1317513**, 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. Luis Miguel Morales

Associate Director of Social Media

Fox Deportes



Dr. Juan Francisco Romero

Docente



Mgtr. Miriam Madrid

Directora

Depto. de Ciencias de la Comunicación



Federico Javier Asturias Contreras

Estudiante Carné 1317513

8.5 Plan de Práctica

PLAN DE PRÁCTICA

DATOS DEL ESTUDIANTE

Nombre del estudiante: Federico Javier Asturias Contreras		
Carnet: 1317513	email: fjusturias@gmail.com	Celular: 40401086
Fecha de inicio y culminación de la práctica: 5 de Junio – 29 de Agosto		

DATOS DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la organización: Fox Networks Group: Fox Deportes		
Dirección física: Avenida Las Américas, 16-76 Zona 13		
Sitio web: foxdeportes.com		
Nombre de la persona responsable: Luis Miguel Morales		
Cargo: Associate director of social media		
email: luis.morales@fox.com	Tel 1: 2247-2700	Tel 2:

DATOS DEL JEFE INMEDIATO

Nombre: Marcelo Furlán		
Cargo: Lead editor y Social Media Manager		
email:marcelo.furlan@fox.com	Tel 1:2247 - 2700	Tel 2:

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Fox International Channels Guatemala es una designación de FOX la cadena proveniente de Estados Unidos.

En Guatemala existe la variante de Latinoamérica de deportes llamada **FOX Deportes**. Este departamento es el encargado de producir contenido que se consume en Estados Unidos y tiene una producción compartida entre **Guatemala y México**.

Entre los principales objetivos del departamento de FOX Deportes están:

- **Acoplar** el contenido deportivo relevante con cada red social y sus diferentes características para entregar un contenido alto en valor informativo pero a su vez llamativo para el consumidor.
- **Gestionar** de manera correcta la información que se obtiene para ser presentada en el sitio web.
- **Combinar** rapidez con precisión, de esta forma se entrega un contenido veraz al público que lo recibirá de manera rápida.

CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN

Fox International Channels en Guatemala es la organización responsable de generar contenido, organizar el tráfico y los anuncios de los principales canales de FOX.

El departamento de **Fox Deportes** es el encargado de generar contenido, notas y manejar las principales redes sociales del canal deportivo.

Estas redes son:

- **Facebook**
- **Twitter**
- **Snapchat**
- **Instagram**

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA LABOR DEL ESTUDIANTE

Editor de Contenido:

- Manejar supervisar, generar contenido y actualizar. Alimentar contenido para la cuenta de Twitter, Snapchat e Instagram.
- Crear notas deportivas para el sitio web.
- Crear galerías para aumentar el tráfico del sitio. Presentar contenidos innovadores para aumentar suscriptores.
- Manejar y apoyar en la creación del “ticker” (espacio informativo que se observa en los programas en vivo) en los shows de Fox Deportes
- Editar video y fotografías que serán utilizadas para el sitio y las diferentes redes sociales, explotando así sus características principales.

DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DE FUNCIONES

1. Apoyar en el tráfico de visitas para el sitio web proveniente de las diferentes redes sociales a través de imágenes y videos. Lo que se busca es que el contenido sea sumamente competitivo y aumente el número de usuarios o universos de eventuales internautas que sigan las redes de la empresa.
2. Manejar la cuenta de Snapchat, Twitter e Instagram para optimizar los recursos audiovisuales dando información deportiva relevante pero acompañándola de humor. Adecuar los contenidos de cada nota a la dinámica de cada red social.

3. Escribir notas deportivas que serán publicadas en el sitio, uniendo noticias relevantes del mundo de los deportes con las ventajas que ofrece cada plataforma.
4. Manejar rapidez y precisión en la información. Monitorear fuentes de información deportivas. Alimentar los sitios informativos de la cadena FOX tanto en página web como en redes sociales.

APRENDIZAJE A OBTENER A TRAVÉS DE LA EXPERIENCIA

Interpretar la política de la empresa que busca generar público en redes sociales, a través de información actualizada y contenido llamativo y estrategias innovadoras.

Actualizar conocimiento de redes y el contenido característico de cada una.

Manejar criterios teóricos para generar procesos de comunicación y apoyarse en la empresa quien va a aportar insumos tecnológicos para implementar dichas estrategias.

Manejar rapidez pero con precisión en el ámbito de información deportiva, algo que ha estado decayendo en la actualidad. Los medios por intentar dar la primicia de una noticia carecen del proceso correcto de verificación de sus fuentes y muchas veces caen en “desinformar” a los consumidores.

HORARIOS

Lunes a viernes de 10 AM a las 7 PM.

CRONOGRAMA

JUNIO

Semana 1:

Cubrimiento de **Fechas FIFA** y todos los partidos de esta semana. Informar acerca de las **Finales de NBA**, que tendrán 3 partidos en la primera semana. Darle cobertura al **draft de la Liga MX**, ya que se producirán cambios en los planteles y las personas desean saber la actualidad de sus equipos favoritos. Publicar resultados, noticias y demás acerca de los **amistosos internacionales** de la semana.

Semana 2:

Se le dará inicio a la **Copa Confederaciones** y este torneo tiene una cobertura en redes, el sitio web y galerías de Fox Deportes. Las **finales de NBA** concluyen esta semana.

Semana 3:

Esta semana se le dará seguimiento a la **Copa Confederaciones**. El **mercado de fichajes del fútbol europeo** comenzará sus rumores y movimientos.

Semana 4:

En la última semana del mes regresa la actividad de la **Copa libertadores** y varios partidos van por el canal por lo cual la cobertura en el sitio y en redes debe de ser complementaria. La **Copa Sudamericana** tendrá fecha. El domingo de esta semana es la **Final de la Copa Confederaciones**.

JULIO

Semana 1:

Comienza la **Copa oro** con los partidos más relevantes siendo los de **México y Estados Unidos**. El sábado es el evento de **UFC 213**.

Semana 2:

En esta semana comienzan los **amistosos de pretemporada** de los principales equipos del sitio y la aplicación móvil. Será el **All Star Game de MLB**.

Semana 3:

Se dará inicio a **Liga MX** con todos los equipos disputando su primer partido del **torneo Apertura 2017**.

Semana 4:

Se jugarán las semifinales y la gran final de la **Copa Oro**.

AGOSTO

Semana 1:

Continuarán los **amistosos de pretemporada**. Se llevará a cabo el **MLS All Star Game**.

Semana 2:

Se jugará la **Supercopa de Europa** entre el Real Madrid y el Manchester United dos de los equipos con más suscriptores en la aplicación móvil y se transmitirá en el canal.

Semana 3:

Se dará inicio a las principales **ligas de Europa**. Se jugará la ida y la vuelta de la **Supercopa de España** entre el Real Madrid y el Barcelona, los dos equipos con más suscriptores en el sitio y aplicación móvil.

Semana 4:

Se le dará **seguimiento a las principales ligas europeas**. **Concluye el mercado de fichajes de Europa** el 31 de Agosto.

8.6 Informe Semanal

INFORME SEMANAL DE PRÁCTICA SUPERVISADA

Estudiante Federico Javier Asturias Contreras		Carnet: 1317513
Organización: Fox International Channels		
Sección:	Profesor: Juan Francisco Romero	

Semana del 5	Al 12	De Junio	de 2017	Tutor responsable: Luis Miguel Morales
Área o departamento: FOX Deportes				

En la primera semana de prácticas el estudiante realizó diferentes actividades aquí recopiladas y su respectiva descripción: conocimientos adquiridos, dificultades encontradas y reflexiones al respecto.

Semana 1: Del Lunes 5 al 12 de Junio.

En el primer día el jefe inmediato, Marcelo Furlan, le explicó al estudiante paso a paso el proceso de construcción de una nota deportiva en el sitio web. En este extenso proceso se aprendieron cosas como capacidad de resumen, interpretación de texto y técnicas empleadas para lograr que el título de la nota sea interesante y llamativo para los consumidores. En la plataforma de construcción de notas se deben de agregar hipervínculos web que redirijan al consumidor a otras notas relacionadas.

Aquí se puso en práctica la lectura rápida que enseñan clases como Taller de Expresión Escrita y Teorías de la Comunicación I y II. Se otorgaron las instrucciones de seguimiento para la creación de una nota. Fue importante esta inducción para que el practicante entienda que el departamento de FOX Deportes trabaja como un equipo. Siempre en constante comunicación y apoyo. Las notas creadas por el alumno fueron revisadas por tanto su Jefe inmediato como los demás del departamento. Aquí se demuestra el apoyo y el trabajo en equipo que se practica, ya que una nota que desentonara con las demás podría hacer que los consumidores tomen una perspectiva errónea sobre la seriedad que se le da a este trabajo.

Cada una de las notas publicadas en el sitio, la aplicación y diferentes redes sociales debe llevar de manera obligatoria una imagen. Esta imagen debe de ser editada en Photoshop para corresponder a ciertas medidas, intentando que las mismas tengan un color correcto. El encargado, Luis Miguel Morales, dio una pequeña tutoría sobre las diferentes agencias de fotografías a las cuales la empresa tiene acceso, sugiriendo como se debe seleccionar la fotografía principal de una nota. También se habló acerca de los derechos de estas fotografías concluyendo con un compromiso de discreción del practicante para no hacer uso erróneo de las mismas y evitar cualquier acción legal tanto de la empresa como los proveedores de fotografías para Fox Deportes.

Aquí se pudo comprobar las capacidades de edición de fotos del alumno. A lo largo de la carrera las clases de Fotografía I y II, Diagramación y Gestión de Proyectos Web enseñan algunas herramientas básicas para la edición de fotografías por lo cual se pudo afrontar esta tarea sin problema alguno. Las imágenes dicen más que mil palabras, y en el mundo deportivo la selección de la imagen incorrecta podría no llamar la atención de los internautas a hacer click y la nota no tendría el alcance estimado.

Se crearon las historias de las redes Snapchat e Instagram que estarán a cargo del practicante durante los 3 meses. Estas redes sociales cuentan con la limitante de ser redes sociales verticales, limitando la interacción principalmente a fotografías y videos. Para crear las historias del perfil de Fox Deportes para estas dos redes sociales se investigó primero los tamaños de fotografías y videos que tienen. Rafael Macal, gestor y editor de contenido ayudó al alumno a crear una plantilla predeterminada para que en el futuro se puedan crear imágenes y videos de una forma más fácil ya sabiendo que todo contenido visual debe pasar por las plantillas de Photoshop para acoplarse al tamaño de un teléfono inteligente.

Principios de redes sociales como los vistos en Nuevas Plataformas de Producción Audiovisual y Comunicación en la Era Digital fueron muy útiles para entender las características que cada red social tiene. Se encontró la dificultad que representa crear contenido de primera calidad informativa en el ámbito deportivo con la creatividad y el lenguaje específico que usa Fox Deportes para realizar sus publicaciones.

En el segundo y tercer día se aprendió a realizar una galería para contar un suceso. Fox Deportes trata de alternar entre contenido escrito y visual para que los internautas puedan enterarse de las principales noticias deportivas pero poder elegir entre ver un resumen en video, observar los momentos destacados en imágenes en una galería y poder leer la crónica del mismo.

En el tercer día el alumno fue el encargado de crear la pregunta generadora de debate para el programa FOX Deportes Live. Para realizar la misma, el practicante debe de estar enterado de las noticias más relevantes de la semana y poder interpretar cual podría ser el suceso que más opiniones diferentes genere. Esta pregunta es lanzada en redes sociales y las respuestas deben de ser recopiladas en “packs”.

Estos “packs” contienen 20 de las mejores respuestas junto con el nombre de quien respondió y deben ser ingresadas en una plantilla. Esta plantilla será pasada a los productores del programa y el cintillo informativo mostrará las respuestas recopiladas.

Este proceso requiere que el practicante sea serio y tenga buena ortografía, ya que un error ortográfico o gramatical podría salir en vivo en la televisión. Se combinan conocimientos obtenidos en Taller de Expresión Escrita, Teorías Críticas de la Comunicación e Introducción a la Comunicación.

En el cuarto día se encontró una dificultad en cuanto a redacción. Fox Deportes en Brasil había realizado una excelente nota en portugués y se requería de traducción al español. Las traducciones que ofrecen algunos sitios en internet son buenas pero no terminan de ser gramatical y ortográficamente acertadas por lo cual el alumno tuvo que revisar diferentes referencias en internet y tener el juicio correcto para transmitir el mensaje al sitio en español sin cometer error alguno.

Se creó una nota incluyendo Juxtapose (una herramienta web que permite combinar dos imágenes de las mismas medidas separadas por una barra que se desliza para cualquier lado permitiendo ocultar una fotografía mostrando más de la otra y viceversa. Esta herramienta es muy útil para mostrar comparaciones entre ambas imágenes). Se utilizó conocimiento aprendido en el curso de Gestión de Proyectos Web sobre alojamiento gratuito de imágenes en internet para crear el Juxtapose que sería incluido en la nota.

Al terminar la primera semana de prácticas se llegó a las siguientes conclusiones:

- Un equipo tan experimentado como el de Fox Deportes maneja como principal fortaleza la comunicación constante entre sus miembros. Se tiene que acoplar el practicante al equipo, ya que una cadena es tan fuerte como su eslabón más débil y el estudiante procura no serlo.
- No existe trabajo pequeño y trabajo grande. Solo existe el trabajo. En un departamento tan grande e importante en Latinoamérica como es Fox Deportes todos deben saber hacer todas las cosas que manejan el departamento: edición de fotos, videos, galerías, creación de notas entre otras.
- Es importante aprender a combinar la rapidez con la precisión. Como medio informativo se debe procurar realizar las cosas de manera rápida para mantenerse en competencia con los demás pero no se debe descuidar la precisión informativa. Cualquier dato debe de verificarse y comprobarse antes de ser publicado para evitar errores.
- Los deportes no descansan. Se debe de estar siempre al pendiente de cualquier noticia, partido, resultado, etc. que deba ser mencionado.

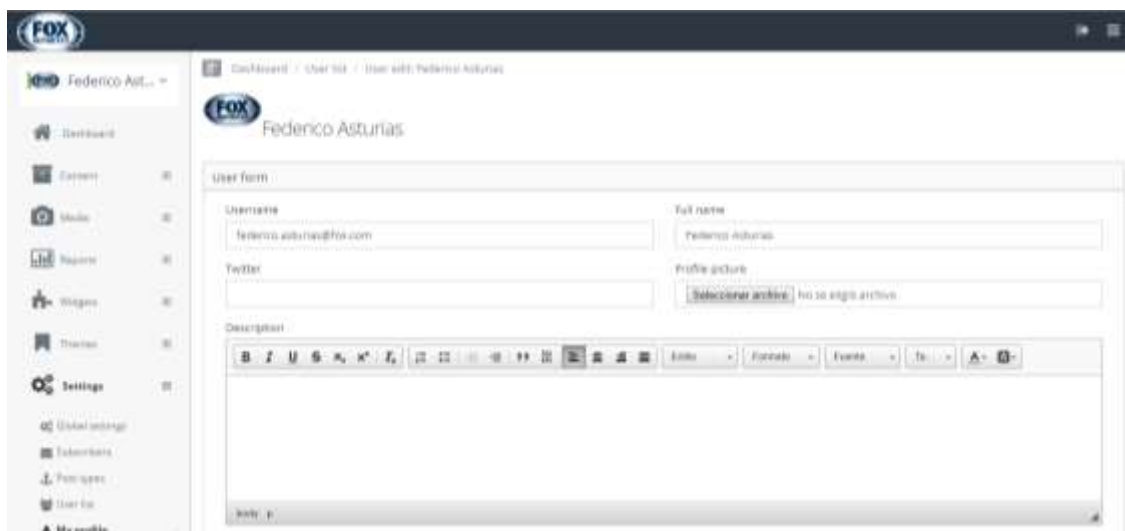
8.7 Nota deportiva para sitio web



The screenshot shows a Fox Sports website interface. At the top, there's a navigation bar with 'FOX' logo and links for 'FUTBOL', 'NFL', 'MLB', 'NBA', 'COMBATE', 'MÁS TV', 'VIDEOS', 'FOTOS', and 'MARCADOR'. The main article is titled 'Serie A: La Juventus podría perder su futuro crack por esta increíble razón'. It features a large photo of a soccer player in a white jersey (likely Cristiano Ronaldo) in action. Below the photo, the author is identified as 'Por Federico Asturias' with a 'Actualizado hace 4 meses' timestamp. The article text begins with 'El hexacampeón de Italia, la Juventus, corre el riesgo de perder a su joven promesa Moise Kean si no cumplen con otorgarle una ficha'. On the left side, there's a sidebar with a '2 MÁS PARA TI' section containing three smaller article thumbnails.

Publicación de nota deportiva en sitio web Fox deportes. (Captura de pantalla del sitio, 2017) Elaboración propia

8.8 Servidor utilizado para las historias sociales



The screenshot displays a content management system (CMS) interface. On the left, there's a sidebar menu with options like 'Dashboard', 'Content', 'Media', 'Pages', 'Widgets', 'Themes', 'Settings', 'Global settings', 'Subscribers', 'Post types', 'User list', and 'My profile'. The main area shows a 'User form' for 'Federico Asturias'. The form includes fields for 'Username' (federico.asturias@fox.com), 'Full name' (Federico Asturias), 'Twitter', and 'Profile picture' (with a 'Seleccionar archivo' button and a note 'no se eligió archivo'). Below these is a 'Description' field with a rich text editor toolbar containing various icons for text formatting and alignment.

Gestor de creación de contenido digital. Elaboración propia

8.9 Herramienta Snappy TV para edición de videos con fines publicitarios



Captura de pantalla de Snappy TV. Elaboración propia

8.10 Imágenes utilizadas en redes sociales



Elaborado para uso de la empresa en redes. Elaboración propia

8.11 Tabla de posiciones en cobertura de Copa Confederaciones

The image shows a table of positions for the 2017 Copa Confederaciones Group Stage, Jornada 1. The table is divided into two groups, Grupo A and Grupo B. Each team is represented by its national flag, name, and points.

GRUPO A	GRUPO B
RUSIA 3	CHILE 3
MÉXICO 1	ALEMANIA 3
PORTUGAL 1	AUSTRALIA 0
N. ZELANDA 0	CAMERÚN 0

FOX Sports FOXSPORTS.COM

Imagen elaborada para uso de la empresa. Elaboración propia.

8.12 Historia social para sitio web

The image is a screenshot of a website article. The main headline is "Cristiano Ronaldo: Así se hace un tiro libre en FIFA 18". The article features a large image of Cristiano Ronaldo in a white Real Madrid jersey, holding a soccer ball. The article is dated "Actualizado hace 3 meses" and is by "Por Federico Asturias". The article text states: "EA Sports ha comenzado a elevar las expectativas del juego FIFA 18, que oficialmente saldrá a la venta el 29 de septiembre." There is a "WATCH VIDEO" button at the bottom right of the article. The website header includes "FOX Sports" and navigation links for "FUTBOL", "NFL", "MLB", "NBA", "COMBATE", "MÁS TV", "VIDEOS", "FOTOS", and "MARCADOR".

Captura de pantalla del sitio web. Elaboración propia.

8.13 Oficina de trabajo



Estudiante en oficina de prácticas. Elaboración propia

8.14 Equipo de trabajo FOX Deportes




Departamento de trabajo Fox Deportes. De izquierda a derecha: Rafael Macal, Antonio Fonseca, Estuardo Gaverrete, Federico Asturias y Marcelo Furlan. Elaboración propia

8.15 Estadísticas de interacción web (Nota más vista 8 de Junio)

Post Details Reported stats may be delayed from what appears on posts ✕

FOX Deportes
Published by Marcelo Esteban Furlan 17 · 12 hrs · 🌐

La Policía y la Armada Nacional fueron parte de una búsqueda sin precedentes.



España: Roban el bombo de Manolo y España entera se moviliza para encontrarlo

FOXDEPORTES.COM

✔ **Get More Likes, Comments and Shares**
Boost this post for \$10 to reach up to 5,000 people.

484,859 people reached **Boost Post**

👍👎👏 3.5K 74 Comments 96 Shares

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

484,859 People Reached

3,903 Reactions, Comments & Shares

2,774 👍 Like	2,683 On Post	91 On Shares
58 ❤️ Love	36 On Post	22 On Shares
488 😂 Haha	482 On Post	6 On Shares
217 😲 Wow	202 On Post	15 On Shares
112 😞 Sad	107 On Post	5 On Shares
41 😡 Angry	35 On Post	6 On Shares
118 Comments	109 On Post	9 On Shares
96 Shares	96 On Post	0 On Shares

17,303 Post Clicks

1 Photo Views	10,709 Link Clicks	6,593 Other Clicks 📄
-------------------------	------------------------------	--------------------------------

NEGATIVE FEEDBACK

12 Hide Post	2 Hide All Posts
0 Report as Spam	0 Unlike Page