



FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

DIRECCIÓN Y DESARROLLO DE CONTENIDOS DIGITALES: UNA PROPUESTA PARA POTENCIAR LA NARRATIVA AUDIOVISUAL EN LA CORPORACIÓN EMOJIS SAC.

**Trabajo de suficiencia profesional para optar al título profesional
de:**

Licenciado en Comunicación Audiovisual en Medios Digitales

Autor:

Daniel Enrique Medina Cabrejos

Asesor:

Dr. Luis Alberto Chávez Ramos

<https://orcid.org/0000-0001-8805-2427>

Trujillo - Perú

2025

Informe de Similitud






5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Fuentes principales

- 5%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 2%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Dedicatoria

A mi familia, que estuvieron siempre conmigo durante mi trayectoria y en mis pequeños logros, gracias por estar siempre junto conmigo. En especial a mi padre, nunca se rindió al convencerme en seguir estudiando y alentándome para poder culminar mis estudios.

Agradecimiento

Ante todo, a Dios, por darme salud y fortaleza, agradezco a la “Universidad Privada Del Norte” por brindarme esta carrera y por todas las enseñanzas. A mi familia querida por estar siempre conmigo. A mi asesor Luis Alberto Chávez Ramos por notar el apoyo constante ante este trabajo. Por último, agradezco a la empresa “Corporación Emojis”, por darme la oportunidad de desenvolverme, adquiriendo nuevos retos y experiencias a la largo de estos años, gracias por todo.

Tabla de contenido

RESUMEN EJECUTIVO	7
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	10
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	144
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	17
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20
REFERENCIAS	22
ANEXOS.....	24

Índice de Tablas

Tabla 1.....	18
--------------	----

RESUMEN EJECUTIVO

Mi experiencia profesional fue dada en la empresa “Corporación Emojis SAC”, tomando en cuenta la transformación digital y el uso constante de las redes sociales que requerían diversas estrategias innovadoras. El problema surgió al no tener mayor interacción y alcance de los contenidos audiovisuales realizadas, razón por el cual dificultaba sobresalir la empresa en entornos competitivos. Para poder resolver este problema, se ha ido implementando proyectos audiovisuales apoyándose de la dirección de video, estrategias, equipos audiovisuales mejorados, marketing digital y mejor producción. También se pudieron ejecutar herramientas como Storyboards, guiones técnicos, mejor planificación de rodajes y programas de edición (Illustrator, After Effect, Illustrator, Premier pro y Cap Cut) logrando que el desarrollo de trabajo sea más fluido, es decir logrando también tener un buen desempeño en la preproducción, producción y postproducción, haciendo que haya mayor atracción y coherencia en cada proyecto audiovisual. Los resultados están cada vez más claros, la empresa “Corporación Emojis SAC” ha incrementado de mayor extraordinaria el número de seguidores en sus redes sociales, el aumento de interacción que estuvo presente del público esto llevo a fortalecer la identidad digital de la empresa haciendo tener mayor cercanía por parte de la audiencia, emitiendo contenidos claros, éticos y atractivos. Por último, la experiencia logró poder desarrollar competencias profesionales, es decir a lo que viene siendo estrategias, creatividad, el buen manejo de herramientas audiovisuales, el trabajo en equipo constante y la buena comunicación, cumpliendo la misión en que los contenidos audiovisuales aporten mayor valor y un buen posicionamiento en el ámbito digital que hoy en día estamos al corriente.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

La empresa “Corporación Emojis S.A.C”, surgió en la “Universidad Privada del Norte” en el año 2017, al inicio fue con el propósito de crear esta productora para un curso universitario; en el 2022 se constituye como una empresa audiovisual, encargado de realizar diversos tipos de proyectos digitales. Desde entonces “Emojis S.A.C” decidió innovar en nuevas formas de comunicación a través de nuevos contenidos y brindando nuevas alternativas de solución para las empresas en la ciudad de Trujillo. Con el transcurso del tiempo, la empresa llego a cumplir su objetivo: ser reconocido a nivel nacional. Gracias a su capacidad de adaptación al buen manejo de la tecnología y estrategias.

“Corporación Emojis SAC”, ha venido adaptando y transformando sus servicios en función de nuevos rubros, entre los más destacados tenemos: spots publicitarios, reportajes audiovisuales, videos corporativos, cobertura de eventos y campañas audiovisuales. Gracias a la garantía y calidad del servicio la empresa adquirió mayor experiencia que se ha ido consolidando en el tiempo; además, estos servicios van de la mano con asesoramiento de marketing digital con el objetivo en que sus proyectos puedan impactar a la audiencia y genere un mayor alcance en su comunidad virtual.

El público objetivo de la “Corporación Emojis SAC”, está relacionado por marcas comerciales, instituciones públicas, privadas, organizaciones sociales y emprendimientos personales que buscan potenciar su existencia a través de las plataformas audiovisuales, con el fin de dar a conocer sus productos o servicios. De esta manera, la corporación transmite profesionalismo y confianza hacia las marcas que desean destacar por una alta competencia

“Corporación Emojis SAC” está constituido por un organigrama ejecutado, principalmente viene siendo gerencia general por Stevie Pavón Rojas (CEO), gerente comercial

y gerente ejecutivo. Entre otras áreas principales vendrían siendo gerencia de neuromarketing y desarrollo de proyectos, gerencia de producción, prensa y relaciones públicas, gerencia de recursos humanos, gerencia de contabilidad y legal, por último, gerencia de prensa.

Este estudio, resulta ser adecuado para el funcionamiento de una empresa dedicada a la producción audiovisual, un rubro que en su transcurso ha ido beneficiando e incrementando más que una necesidad debido a la evolución de la digitalización, y la importancia de poder comunicar de manera efectiva y visualmente. Teniendo mejor comprensión en cómo la empresa va desarrollando su proceso de producción. Constantemente han experimentado nuevas estrategias para su mejoría, lo hace más valorada fortaleciendo competitividad. Por ende, esto conllevará un análisis que portará conocimientos claves y ejercidas en gestión audiovisual y la comunicación a nivel nacional.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

La tecnología con el tiempo se ha convertido en la base central de los contenidos digitales y en cómo se han desarrollado, logrando tener mayor expansión. Según (Qudah, 2025), la inteligencia artificial ha ido evolucionando con el propósito de mejorar el avance de los contenidos, comprometiéndose en poder optimizar procesos, creaciones narrativas audiovisuales a diferentes organizaciones. Estas actualizaciones forman parte de la evolución de diversas plataformas digitales y la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas, como nuevas actualizaciones de cada aplicación, tanto en las apps y otros.

Las redes sociales reflejan un canal estratégico para poder difundir constantemente la elaboración de contenidos digitales, desarrollando la conexión con las audiencias y construir comunidades activas ya sea proyectos audiovisuales o marcas. (Torres, 2024) señala que la interacción activa en redes sociales aumenta las competencias y visibilidad de diferentes empresas, del mismo modo en que estas marcas intentan poder interactuar con clientes y creación de comunidades.

La comunicación en la dirección y el desarrollo de contenidos digitales con la clave para la comunicación y aprendizaje. Según (Canteli et al., 2024). El desarrollo de contenidos digital y la dirección, crea y planifica los recuerdos audiovisuales como: videos, animaciones, podcast, etc. Transmitiendo mensajes claros y atractivos en el entorno digital favoreciendo la participación activa de las audiencias, también apuntando con el objetivo concreto de mejorar y favorecer cada aprendizaje.

De igual forma, podemos decir que la organización estratégica de estas plataformas son la clave para la comunicación e interacción digital, no es suficiente la presencialidad de los usuarios, sino en poder generar conexión y participación constante en ello. Por otra parte, la creación de comunidad conjuntamente de la mano con la interacción con los usuarios, forman

parte de un elemento determinado para reforzar la comunicación entre las organizaciones y claramente en su público. La intervención en las redes sociales, necesitan innovar, optar por más aprendizajes digitales, tratándose que las empresas tengan mayor enfoque en crear estrategias sólidas, con la intención y alcanzar sus objetivos. (Torres, 2024).

Hoy en día los medios digitales, no generan contenidos sobre noticias u otros, tienen la intención de crear comunidad para que sean parte de ello. Según (Castro-Higueras et al., 2024), las redes sociales llevan un papel importante siendo la clave única permitiendo poder interactuar con el público, prestando atención a lo que piensas, hacen o haciéndoles participar. El desarrollo de los contenidos digitales ya no solamente es crear información o videos, es de poder realizar historias audiovisuales dinámicos y cercanas, haciendo que hagan sentir a las personas parte de la experiencia. Logrando que la marca o medio siga conectada con diferentes públicos.

La evolución digital apunta con claridad de manera en que se producen y distribuyen los contenidos, haciendo que llegue de manera directa en la narrativa audiovisual contemporánea. Según (Martínez & Acevedo, 2025) ha dado origen al marketing digital, generando nuevas experiencias del usuario aparte de generar nuevos canales de comunicación. Los contenidos ahora son más interactivos con los usuarios haciendo que puedan comentar, reaccionar, etc. Esto hace que cada empresa llegue a producir de manera más estratégicos, diversos contenidos que lleguen a satisfacer a los usuarios. Las narrativas audiovisuales en el mundo de la era digital han tenido una evolución con demasiada rapidez gracias a la creación progresiva de los dispositivos móviles y la consolidación de recientes formas de consumo. Por otra parte, (Manso et al., 2021) indican que gracias a ello se pudo crear y consumir contenidos, llevando de relatos para cine o televisión, a diversas propuestas interactivas e idealizar con la vida actual, por ende la dirección y el desarrollo de contenidos digitales deben crear historias atractivas y participativas, con la intención de poder conectar con las personas que consumen desde sus dispositivos móviles (tablets y celulares) ya sea en cualquier sitio que puedan estar.

Los proyectos experienciales desarrollan variedades de actividades donde las empresa o marcas crean eventos únicos para toda audiencia, creando momentos memorables, esto llega a tener mayor alcance mediante difusiones en redes sociales. (Campillo-Alhama et al., 2024). Estas colaboraciones reflejan como el marketing digital generan relatos audiovisuales, generando experiencias grupales e interacciones, logrando mayor conexión emocional y visibilidad. Por otra parte el teletrabajo exige a las agencias de marketing digital, en querer reforzar la comunicación interna pero incluyendo estrategias claras, así los contenidos digitales tienen la importancia de seguir manteniendo la cohesión del equipo haciendo que se refuercen las identidades de las empresas, haciendo que los equipos se mantengan conectados a pesar de su trabajo que lo ejecutan a distancia (Marrodán & Rodríguez, 2024).

También podemos nombrar las narrativas audiovisuales, han llegado a experimentar diversas transformaciones con la entrada de la tecnología digital, (Forero & Andrés, 2007), firman sobre los nuevos usos de las tecnologías llegaron a transformar la producción audiovisual, ocasionando nuevas formas de crear y difundir contenidos audiovisuales innovadores, siendo emitidos por canales como Youtube, Facebook y otras redes. Las diferentes tecnologías, plataformas, formas de comunicación y la interactividad, se relacionan para la creación de relatos audiovisuales. (Aguado et al., 2015), menciona que hoy en día los usuarios no podrían solo visualizar, sino que tienen la facilidad de interactuar como: comentar, compartir, editar, modificar y esa interacción hace que los contenidos generen mayor valor y relevancia haciendo que obtengan más énfasis en los usuarios. Por otra parte, (Campillo-Alhama et al., 2024) indican que elaborar estrategias de marcas, generan experiencias de gran valor, narradas y distribuidas a diferentes plataformas con el propósito de fortalecer la relación emocional entre estas marcas y su público.

Obteniendo estos análisis se puede decir que las redes sociales, la evolución de la tecnología, el marketing digital, el desarrollo de contenidos y desarrollos narrativas crean

proyectos para tener mayor entendimiento hacia la comunicación digital, no necesariamente tiene que ver con herramientas básicas (producir o editar), se debe tomar en cuenta ciertas exigencias en poder crear estrategias creativas e innovadoras de comunicación generando narrativas audiovisuales que puedan diferenciarse de los demás, únicamente con el propósito de poder conectar con la audiencia y generar un gran valor en el entorno competitivo. (Saavedra-Bautista et al., s. f.) la narrativa transmedia ha ido convirtiéndose en una forma social, de poder contar diversas historias que tengan que ver con la convergencia digital, teniendo en cuenta la comunicación que va relacionado con los distintos medios y tecnologías para ampliar un mismo relato, la comunicación opta por tener múltiples recursos ya sea como videos, redes sociales, podcast, entre otros, que enriquecen las historias y haciendo que el público tenga participación en ello.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Mi participación en esta empresa “Corporación Emojis SAC”, fue en los años 2017, antes de ser constituido como empresa audiovisual, se dio la oportunidad de participar motivado por la carrera que hemos estudiado (comunicaciones audiovisuales en medios digitales). El proceso se llevó a cabo tras una plática por parte de mi compañero Stevie Pavón Rojas (CEO y gerente general), quien me dio la oportunidad de formar parte de su equipo, como principiantes optamos en realizar cualquier tipo de roles, en mi caso me tocaba ser operador de cámara, editor, operador de dron y director de videoclips, en algunos casos me tocaba el rol de ser la imagen, con tal de ir adquiriendo experiencias y trabajos audiovisuales constantes.

Con los años, seguíamos en el rubro adquiriendo más experiencias, ya que poco a poco las personas requerían de los servicios de “Emojis”, como realización de spots, videoclips y entre otros trabajos, poco a poco éramos más conocidos a nivel local. En 2022 “Corporación Emojis SAC”, fue registrado como empresa audiovisual, desde ese entonces profesionalmente estuvimos realizando infinidad de trabajos, se hacía notar más frecuente la dirección y desarrollo de contenidos audiovisuales y dirección de algunos trabajos de spots publicitarios. Brindaba variedades de ideas claves como acoplar nuestros contenidos con videos tendencias y así poder ser más llamativos para las redes sociales, así teniendo un poco más de visualizaciones ya sea como videos corporativos o videos de entretenimiento.

Durante esos años hasta la actualidad de los diversos proyectos en coordinación con el CEO, definíamos los parámetros estratégicos, con el equipo de marketing y equipo de diseño gráfico. Mi rol principal llegó hacer jefe de producción, obteniendo la responsabilidad de ir coordinando los trabajos y garantizar el entendimiento narrativo de cada proyecto.

En estos años mis roles en donde me pude desempeñar cada vez más fue lo que es dirección de videos, armar guiones técnicos, teniendo coordinación con lo artístico y en general

con el equipo técnico, y tratar de mantener la narrativa de cada proyecto. También tuve la oportunidad de ir ejerciendo lo que es operación de cámara, pudiendo controlar los encuadres, movimientos de cámaras obteniendo la calidad visual. Por último, jefe de producción audiovisual, con la intención de ir planificando los rodajes, estar en constante coordinación con los recursos que se necesitaban, también en supervisión de las ediciones y montaje en los proyectos.

Uno de nuestros principales problemas se obtuvo al desarrollar nuestros primeros contenidos a las marcas con una sola cámara canon teniendo una calidad de FHD obteniendo una calidad por debajo de 4K. Esto implicaba en no tener un mejor flujo de trabajo en lo que vendría siendo la calidad de video, por lo que los clientes exigían calidad máxima de 4k, esto nos perjudicaría constantemente, teniendo menos oportunidad de poder realizar proyectos audiovisuales.

Al inicio no teníamos un orden establecido al obtener diferentes roles como equipo, se podría decir que cada uno tenía más de un rol asignado, haciendo perjudicando al momento de querer ejecutar los proyectos tanto como en preproducción, producción y postproducción, esto conlleva a que no podríamos v

Pudimos detectar que los proyectos que habíamos estado planteando, tenían ciertas debilidades en la narrativa, en el lenguaje audiovisual, por ende, es que en algunos casos no había buen seguimiento en las redes sociales por parte del público.

Anteriormente nuestras planificaciones de contenidos no tendrían un orden, no teníamos una buena comunicación audiovisual ante nuestro público, y no llegábamos a tener conexión con nuestro público, esto llevaba a que las marcas no llegaran a tener una buena posición en las plataformas digitales

En la realización de los proyectos, no teníamos guiones técnicos, ni una buena dirección, no había suficiente comunicación por parte de quien dirigía algún postpublicitario entre otros,

haciendo que hubiera confusiones a la hora de rodar este problema generaba frustraciones, el equipo de cámara y sabría que idea tenía el director ante un proyecto, haciendo que haya desacuerdos.

En las redes sociales de “Corporación Emojis SAC” no pudo optar con un buen alcance en sus inicios, dándole mucha más prioridad a otros trabajos, al inicio no se ejecutaba mayores estrategias de marketing, ya que la intención fue en poder alcanzar mayor visibilidad y seguidores. Optábamos por cualquier idea de contenidos sin ninguna estrategia.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

La experiencia laboral en la empresa “Corporación Emojis S.A.C” nos permitió tener buenos resultado conforme el tiempo iba avanzando. Stevie Pavón Rojas (CEO) al inicio por no contar con un buen equipo mejor desarrollado, decidió en optar un préstamo para adquirir una cámara Sony a6400. Obteniendo esta cámara se pudo obtener mejor calidad al desarrollar proyectos, con esto los clientes pudieron estar satisfechos.

Posteriormente con el tiempo tuvimos que modernizar la comunicación audiovisual adquiriendo un mejor orden, queriendo tener más conexión con el público, e ir posicionando la marca en diversos entornos digitales, por lo tanto, se obtuvo una mejor planificación e ideas con la realización de un cronograma de producción, como videos de testimonios, materiales promocionales para redes, nuevas secciones de entretenimiento, entre otros.

Fuimos ordenando los procesos para la realización de proyectos, armando la preproducción como: guiones, storyboard, búsqueda de locaciones, etc. De igual forma se reforzó la práctica de manejo de cámara en movimiento, dependiendo el estilo del video. Por último, fuimos involucrándonos cada vez más en postproducción, mejorando la colorización, edición, mejor manejo de secuencias, música, entre otros.

A la hora de poder realizar un proyecto pude obtener mayor fluidez a la hora de ejecutarlo, contaríamos con una buena coordinación, con un gran guion técnico, y mucho para por mi parte a la hora de poder dirigir sea un videoclip o una publicidad, ya que esto hacía que el equipo entienda como se podría ejecutar la grabación, de acuerdo a lo quisiera mostrar.

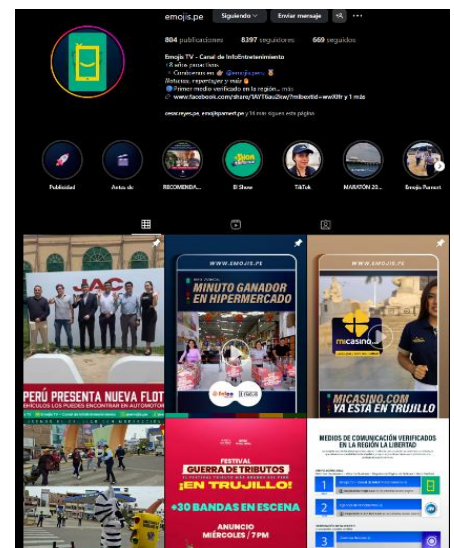
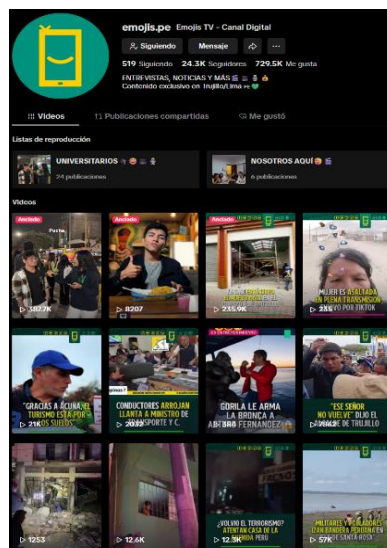
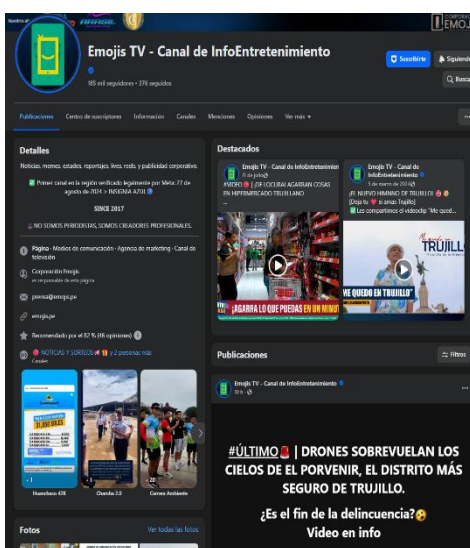
Poco a poco la creación de contenidos fue mejorando en lo que tuvo como resultado un aumento de manera progresiva en las redes sociales tanto en la visibilidad y seguidores. Una de las principales estrategias, era poder entretener a los seguidores, esto ayudó mucho en la interacción página de “Corporación Emojis”. Esto llevó a adaptarnos con tendencias en su

momento como: realizando entrevistas a universitarios, sketches, sucesos que se daban en Trujillo, notas periodísticas, y entre otros contenidos de entretenimiento. Esto tuvo como resultado una interacción más cercana con su comunidad a través de sus redes sociales.

Esta experiencia en dirección, productor audiovisual, operador de cámaras, entre otros; no necesariamente tuvieron que aportar soluciones técnicas, se realizó crecimientos con estrategias en este rubro digital, los contenidos innovadores que se aplicaron como narrativas audiovisuales, se ha ido diferenciando de otras competencias y teniendo más cercanía a la audiencia. Hoy en día la empresa tiene un reconocimiento elevado en el rubro digital, teniendo un mejor posicionamiento a nivel local.

Tabla 01:

Redes sociales	Seguidores / actualidad
Facebook	2017 - 2025 = +185 mil seguidores
Tik tok	2017 - 2025 = +24 mil seguidores
Instagram	2017 - 2025= +8 mil seguidores



Respecto a esta tabla, pudimos ir ejerciendo de manera oficial y constantemente el manejo de las redes sociales de la página “Corporación Emojis SAC”, esto nos ayudó en ejercer estrategias, hoy en día se sigue ejerciendo el manejo de estas redes sociales.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Las estrategias audiovisuales implementadas en la empresa “Corporación Emojis SAC”, se pudo notar buenos resultados en las plataformas digitales, obteniendo de manera eficaz el incremento de seguidores y en la interacción por parte de la audiencia, la red social más destacada por aumento de visualizaciones y por tener mayor interacción vendría siendo la plataforma Facebook contando con más de 186 mil seguidores, por ende, tenemos también la plataforma Instagram con más de 8 mil seguidores y por último Tik Tok con más 24 mil seguidores, como consecuencia de esto se propuso nuevos contenidos como: Informativos, entretenimientos, publicidad, campañas y promociones.

Esto ha beneficiado a la corporación con la firma de convenios con algunas marcas, como es el caso de la empresa “Terrapuerto” teniendo viajes gratis por todo el Perú en caso de realización de proyectos audiovisuales, también se realizó una colaboración: ARASIL Deportes Perú, Corporación Trujillana y Grupo Negreiros.

La propuesta de mejora en el uso de una nueva narrativa audiovisual, generó Engagement en nuestro público de las redes sociales, siendo evidenciado a través de la gran cantidad de visualizaciones, interacciones, comentarios, etc.

De igual manera, el trabajo en equipo tuvo un rol importante en el uso de una buena planificación, como en el correcto uso del Storyboard, guion técnico, coordinación, Storytelling, entre otros. Estos fueron las principales herramientas para poder obtener una buena producción organizada y así obtener una calidad única en comparación de otras empresas del mismo rubro audiovisual.

La “Corporación Emojis SAC”, pudo obtener buenos resultados con el tiempo. Como recomendación es importante ser constantes y tener en cuenta cuales serían los objetivos que planteen. Poder generar contenidos, creando videos dinámicos y que tengan una narrativa

audiovisual logrando que se adapten a las tendencias que hoy en día dan un valor importante como: Reels, spots, podcast, transmisiones en vivo, entre otros. Brindando buenos contenidos y novedosos contenidos a la comunidad.

Siempre es necesario poder dar seguimientos a las métricas digitales y poder realizar un análisis en el alcance, interacciones, visualizaciones, etc; esto podrá permitir ajustar y poder tener un buen resultado de cada contenido que se genere, logrando que el público tenga una buena satisfacción al consumir estos contenidos.

Fortalecer siempre las estrategias transmedia, haciendo que los contenidos tengan una buena coordinación en diferentes plataformas como: Facebook, Youtube, Instagram y Tik Tok, siendo las plataformas más importantes que llegan a un público, generando un relato muy atractivo y relevante.

Teniendo en cuenta que en cada creación de contenido, se debe reflejar el profesionalismo en el equipo con capacitaciones constantes, es decir, obtener nuevas herramientas, participar en talleres, mejorar el flujo de edición, aprender marketing digital, Storytelling; esto hace tener mayor adaptación y tener una buena posición en el rubro audiovisual, adquiriendo nuevas enseñanzas, esto hace que el equipo de trabajo tenga mayor desarrollo de sus capacidades y competencias digitales lo que garantizará el mejoramiento de la creación de nuevos contenidos digitales con fines publicitarios.

REFERENCIAS

- Aguado, J.-M., Martí-nez, I. J., & Cañete-Sanz, L. (2015). Tendencias evolutivas del contenido digital en aplicaciones móviles. *Profesional de la información*, 24(6), 787-796. <https://doi.org/10.3145/epi.2015.nov.10>
- Campillo-Alhama, C., Ruiz, L. H., & Ramos-Soler, I. (2024). Los eventos experienciales en la estrategia de comunicación y publicidad del sector cervecero. *Revista Latina de Comunicación Social*, 82, 1-23. <https://doi.org/10.4185/rlcs-2024-2208>
- Castro-Higueras, A., Pérez-Rufi, J.-P., Rodríguez-Vázquez, A.-I., & López-García, X. (2024). Medios Nativos Digitales y Sus Comunidades Virtuales: Estrategias de Interacción y Participación en Redes Sociales. *Profesional de la información*, 33(1). <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0015>
- Fernández-Canteli, M. G.-S., Moráis, M. M., & Suárez, E. P. (2024). Diseño de recursos audiovisuales como herramienta para el desarrollo de competencias digitales docentes. *Bordón. Revista de Pedagogía*, 76(2), 107-126. <https://doi.org/10.13042/Bordon.2024.102057>
- Forero, S., & Andrés, E. (2007). Cibersocioantropología de comunidades virtuales. *Revista argentina de sociología*, 5(9), 64-89.
- López Martínez, S. A., & Lancheros Acevedo, H. Y. (2025). La evolución del mercadeo en la era digital: Tendencias, desafíos y oportunidades. *Revista Científica Profundidad Construyendo Futuro*, 23(23), 32-43. <https://doi.org/10.22463/24221783.4800>
- Manso, V. D., Carrillo-Durán, M.-V., & Trabadela-Robles, J. (2021). Tendencias en el estado del arte de las narrativas audiovisuales móviles en el siglo XXI: Revisión sistemática

de la literatura. *Texto Livre*, 14, e29457. <https://doi.org/10.35699/1983-3652.2021.29457>

Marrodán, A. B., & Rodríguez, C. Ll. (2024). Comunicación interna en el teletrabajo de agencias de marketing digital. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-19. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1141>

Qudah, E. A. (2025). The Effect of Artificial Intelligence on the Digital Content Creation Sector on Emirati Media Organizations. *Salud, Ciencia y Tecnología*, 5, 1686-1686. <https://doi.org/10.56294/saludcyt20251686>

Saavedra-Bautista, C. E., Cuervo-Gómez, W. O., & Mejía-Ortega, I. D. (s. f.). Producción de contenidos transmedia, una estrategia innovadora. *Revista Científica*, 28.

Torres, C. M. G. (2024). Impacto de las estrategias de comunicación en redes sociales en las pizzerías de Colombia: Un estudio exploratorio. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-967>

ANEXOS

ANEXO N° 1. Proyecto de casting para los nuevos integrantes en la “Corporación Emojis”.



ANEXO N° 2. Cubriendo diversos eventos en “Corporación Emojis”.



ANEXO N° 3. Cubriendo un reportaje a artistas extranjeros en “Corporación Emojis”



ANEXO N° 4. Actualizando las sesiones de fotos con el equipo de “Corporación Emojis”



ANEXO N° 5. Reuniones previas para la elaboración de un videoclip con el cantautor Oscar Colchado en “Corporación Emojis”

