



FACULTAD DE
COMUNICACIONES

Carrera de Comunicación

**Estrategias de contenido audiovisual y diseño
de piezas gráficas en redes sociales para los clientes
de Altavista Corporación, Cajamarca, 2025.**

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

Licenciado en Comunicación

Autor:

Daniel Adolfo Huaman Portal

Asesor:

Mg. Estefany Yamil Morales Blanco

<https://orcid.org/0000-0001-9447-5864>

Cajamarca - Perú

2025

Informe de Similitud



Página 2 of 44 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3272583650




7% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía

Fuentes principales

- 7%  Fuentes de Internet
- 0%  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

Para ustedes mis queridos padres Rosario y Freddy, quien
con mucho amor y esfuerzo se reflejó en mi desarrollo
profesional. A mis hermanos Marvin y Roly por
su apoyo constante y ser mi inspiración para
alcanzar la licenciatura. Mi amor y cariño
van más allá de las palabras.

Agradecimiento

Primeramente, a Dios por permite cumplir una meta más.

Así mismo, a la productora Altavista por permitirme formar parte de su equipo, su apoyo constante y el buen ambiente laboral fue fundamental para mi desarrollo profesional. Finalmente, un sincero agradecimiento a mis padres, hermanos y a la familia de Theme Parties por apostar en mi desde mis inicios hasta la fecha.

Tabla de contenido

Índice de similitud	2
Dedicatoria.....	3
Agradecimiento.....	4
Tabla de contenidos.....	5
Índice de figuras.....	6
RESUMEN EJECUTIVO.....	8
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	¡Error! Marcador no definido.
REFERENCIAS	¡Error! Marcador no definido.

Índice de Figuras

Figura 1: <i>Organigrama de la empresa</i>	10
Figura 2: <i>Pieza gráfica de saludo institucional para el Ministerio Público y Fiscales.</i>	26
Figura 3: <i>Publicación en la Página Oficial del Colegio Médico de Cajamarca</i>	27
Figura 4: <i>Post de Facebook en el Fan Page del Colegio Médico de Cajamarca</i>	27
Figura 5: <i>Post de Facebook en el Fan Page del Colegio Lord Kelvin</i>	28
Figura 6: <i>Video con docente de matemáticas</i>	28
Figura 7: <i>Captura del feed de Tik Tok</i>	29
Figura 8 <i>Equipo de Altavista en el streaming para la Dirección Desconcentrada de Cultura – Cajamarca</i>	30
Figura 9: <i>Streaming en la fan page de la Dirección Desconcentrada de Cultura – Cajamarca</i>	31
Figura 10: <i>Captura del streaming de la fan page de Altavista Corporación</i>	31
Figura 11: <i>Imagen de mi persona como camarógrafo en el streaming</i>	32
Figura 12: <i>Captura de video para el reel de promoción</i>	32
Figura 13: <i>Captura del feed de Instagram</i>	33
Figura 14: <i>Imagen de la sección fotográfica</i>	34

Figura 15: *Fotografía durante rodaje en una casa colonial.....34*

Figura 16: *Fotografía con el equipo de producción.....35*

RESUMEN EJECUTIVO

Mi labor en Altavista Corporación, como responsable de crear contenidos para redes sociales y asistente de producción, implicó la elaboración de contenido audiovisual y gráfico. En donde se potenció la imagen y se generaron conexiones más cercanas con los clientes dado que el trabajo realizado aportó a mejorar sus publicaciones en redes, además de crear nuevas plataformas para alcanzar una mayor visualización y presencia en esta nueva era digital. El trabajo en equipo hizo que sean más fluidas las tareas optimizando el tiempo para así entregar un producto final de calidad. Además la búsqueda de información y referencia para la creación de los contenidos fue fundamental porque ayudó a exponer con claridad las ideas a los clientes. Crear una grilla de contenido para cada institución fue importante porque permitió que se respeten los tiempos establecidos de los contenidos a publicar en las redes sociales. La retroalimentación por parte del gerente en la mejora de cada proyecto hizo que las piezas gráficas, pero en particular los productos audiovisuales logren superar las expectativas de visualizaciones y reproducciones. Esta experiencia, destaca la importancia de recabar información relevante, el trabajo en equipo y adaptarse a personalizar el servicio en un entorno de constante crecimiento.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1 Contexto de la Experiencia Profesional

Empecé a laborar en Altavista Corporación E.I.R.L desde enero del 2024. Por encargo de la empresa desde junio del 2024 hasta la actualidad se me asignó crear el contenido audiovisual y gráfico para clientes de Altavista que presentaban baja visibilidad y desorganización en el contenido de sus redes sociales.

Para ello, elaboré una grilla donde se especificó los contenidos audiovisuales y gráficos a publicar. El principal objetivo fue organizar el *feed* de sus redes sociales y tener una mayor visibilidad social.

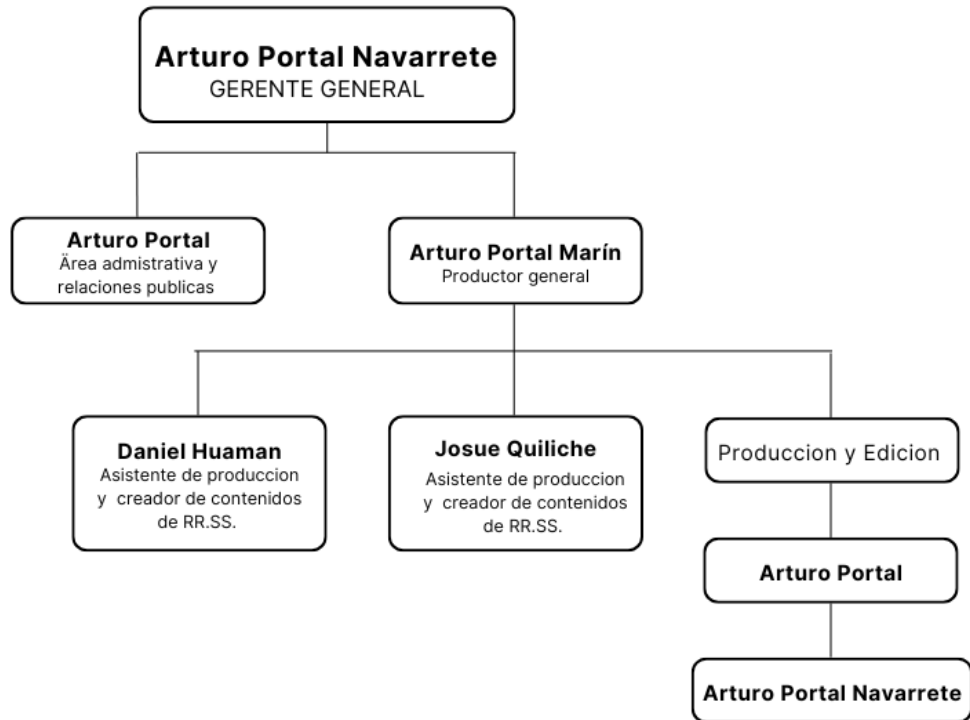
Altavista presta sus servicios para mejorar la presencia e imagen en redes sociales de sus clientes. La empresa se ha convertido en un aliado estratégico para dichas instituciones. Lo cual, refleja la originalidad y esfuerzo para la mejora de su visibilidad en redes sociales.

1.2 Razón social

La empresa Altavista Corporación Servicios Generales E.I.R.L, con RUC: 20605577149, inició sus actividades el 1 de diciembre del 2019, liderada por su gerente Arturo Portal Navarrete quien dirige a 4 colaboradores del área administrativa y producción. La productora se encuentra operando hasta la actualidad y se sitúa en Jr. Marañon Nro. 714 – Cajamarca.

1.3 Organigrama

Figura 1. Organigrama de la empresa



1.4 Servicios:

La productora Altavista Corporación brinda los siguientes servicios.

- Streaming para cobertura de Eventos Empresariales y culturales
- Circuito cerrado para cobertura de Eventos Empresariales
- Fotografía y video
- Servicio Profesional de Edición de Videos
- Creación de Contenido Especializado para Redes Sociales
- Videos Institucionales
- Spots Publicitarios

1.5 Misión

La misión de la empresa es ofrecer la más alta calidad en los proyectos audiovisuales y gráficas con soluciones creativas e innovadoras y entregarlos en el tiempo solicitados.

1.6 Visión

La visión de la empresa es convertirse en la mejor casa productora de contenidos audiovisuales de la región y del país acompañado de la ética profesional, cuidando cada uno de los detalles para elevar el nivel de calidad de la producción audiovisual y gráfica.

1.7 Valores

- **Honestidad:** Brindar un servicio responsable y con transparencia para manifestar con responsabilidad y claridad lo que pensamos y creemos.
- **Trabajo en Equipo:** Integramos un equipo en función del logro de objetivos compartidos, sumando talento y compromiso, con apertura ante la diversidad de opiniones, conocimientos y habilidades, porque la colaboración, el respeto y el apoyo mutuo constituyen la base de nuestras relaciones.
- **Transparencia:** Brindamos información auténtica y eficaz para la seguridad de nuestros clientes.
- **Puntualidad:** El equipo está comprometido en el desarrollo de sus actividades para la entrega de los productos o servicios a tiempo, cumpliendo con los acuerdos establecidos y manteniendo la confianza del cliente.

- **Responsabilidad:** Transformar ideas de los clientes en un producto final, guiando cada una de las fases del proyecto para garantizar el éxito del mismo en los tiempos solicitados.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

1.1 Contenido en redes sociales

Según Monserrat y Sabater (2017), la comunicación en redes sociales es fundamental hoy en día para las empresas es por ello que en su plan de guía recomiendan usar las plataformas digitales para ser visibles en esta nueva era digital. Facebook es una red social principal para dirigirse a potenciales consumidores. Así mismo, Instagram es un elemento importante para generar contenido fotográfico y audiovisual acompañado de textos cortos con hashtag llamativos.

Este conjunto de medios digitales, se vienen aplicando en los clientes de Altavista lo cual ayudará a transmitir los contenidos con las audiencias, los cuales están dirigidos para conseguir los objetivos de cada mensaje.

Barredo et al (2021) indican que el inicio del confinamiento motivó a las personas al uso expansivo de las plataformas digitales como TikTok, Facebook, Instagram y streaming consiguiendo un alto porcentaje de suscriptores. Y, como tal, las redes han multiplicado la rapidez e intensidad de contacto de los contenidos compartidos. González (2019) hace referencia a la conexión que existe entre los usuarios para compartir su información personal y profesional.

La empresa resalta la importancia de las redes sociales en mención, porque en el contexto de la nueva era digital la difusión de los contenidos audiovisuales, fotográficos y piezas gráficas tienen mayor visibilidad y una respuesta rápida de los consumidores.

1.2 Diseño grafico

Guijarro y Cueva (2024) señalan que los elementos visuales a través de piezas graficas atractivas generan un impacto significativo en la interacción con los consumidores de las redes sociales. Los autores concluyen que el diseño gráfico es esencial para transmitir y comunicar el mensaje de la organización.

En su investigación, Can y Altas (2019) realizaron una recopilación de más de 100000 publicaciones entre Facebook y Twitter en donde se demuestra que los elementos que componen las piezas gráficas de contenido en tendencia y virales generan alta participación dando como resultado el aumento de reacciones, comentario y publicaciones.

1.2.1 Pieza grafica

Caldas (2017) expresa que el diseño gráfico es la portada de una empresa; por ese motivo, una pieza grafica debería expresar un interés emocional por sí mismo, para que los internautas se sientan identificados por las emociones que se desean transmitir.

Este aspecto es importante en la empresa por que ayuda a que todos los elementos como la colorimetría, composición y tipografía de la pieza gráfica reflejen emociones en los usuarios.

1.3 Contenido audiovisual para redes sociales

Rivero y Rossi (2022) señalan que las plataformas digitales de video presentan un crecimiento constante en la distribución de los productos audiovisuales con características originales e innovadoras.

Mientras que, Becilla et al. (2020) indican que la producción audiovisual es un campo atractivo tanto para los comunicadores como para las redes sociales permitiendo generar contenidos llamativos y diversos. Para lograr ello consideran tres fases fundamentales que contribuyen en la realización de un buen producto audiovisual: preproducción, producción y postproducción.

En cuanto a las fases para la producción, según Ciller y Palacio (2016), en la actualidad la producción audiovisual compromete una gran variedad de propuestas innovadoras por la constante variación del mercado donde también implica la armonía de elementos técnicos y artísticos.

En Altavista las producciones audiovisuales están alineadas a las necesidades de los usuarios a los cuales se dirige el producto final y es por ello que estructuran tres fases fundamentales, la preproducción (preparación del producto), producción (acopio de clips y sonidos) y posproducción (organizar y últimos ajustes)

La pre-producción es la fase en la que se desglosan todos los elementos que participan en la producción acompañado de un guion. Para Sempere (2017) es el momento de organizar y planear el producto audiovisual, por ello se considera la parte fundamental para el desarrollo de toda la producción.

La productora para la ejecución de estos productos primero socializa con el equipo el tema de producción para la participación de los colaboradores en la investigación de la información relevante y necesaria para luego delegar funciones tales como, la búsqueda de locaciones para el rodaje, casting de los actores o intérpretes, solicitar permisos en el caso se requieren, equipos que se necesitarán para la puesta en marcha del rodaje como también el vestuario y maquillaje de los

participantes.

Pasada la fase de la preproducción y aprobados los requisitos solicitados, pasamos a la fase de producción que abarca el rodaje del proyecto audiovisual, haciendo la recolección de clips de videos y sonidos. Menciona Antezana (2017) que la producción es la pieza más importante para la ejecución audiovisual porque enmarca el talento intelectual, humano y físico de todo el equipo.

Para esta última etapa de la postproducción Sempere (2017) manifiesta que luego de obtener los clips de videos se procederá a la revisión y organización de estos para la optación del producto visual.

Según Ortiz (2018) es la etapa para la finalización del proyecto en donde se realizará la sonorización y los retoques. Es decir que aquí ocurre la llamada magia de la edición y también resolver posibles problemas que se presenten para su solución inmediata. Para Lupiáñez (2015) es importante que la historia se cuente a través de la edición del video y el profesional identifique errores para su mejoría.

1.4 Streaming

En su investigación Pérez (2021) muestra que las nuevas plataformas digitales permiten una rápida acción de los consumidores donde se demuestra la participación tanto en comentarios, reacciones y compartidos.

Luo et al. (2023) mencionan que la nueva era digital ha hecho migrar a los consumidores hacia el streaming. Para el caso de ventas en línea, esta herramienta es atractiva para las personas por que les permite visualizar el producto y comentar sobre este.

Según Higuera et al (2022) lo práctico de las apps hace que el consumo sea masivo por los espectadores ya que se viralizan temas de interés político, sociales, culturales del ámbito local y mundial.

Flores et al (2024) indican que las plataformas con más usuarios son Facebook (live) Netflix, Youtube, Instagram (live), TikTok (live), Disney+ y Twitch donde se transmiten noticias en tiempo real del ámbito político y deportivo como también documentales.

Por lo tanto, Altavista ofrece a sus clientes los streamig para potenciar la difusión de eventos culturales, empresariales, seminarios, colegiaturas y actividades importantes de cada institución el cual ha reflejado un alto índice de visualizaciones y reacciones de los espectadores.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

3.1 Incorporación a la empresa

Desde enero del 2024 empecé a laborar en Altavista Corporación de forma permanente ya que la empresa estaba en crecimiento y reclutamiento de nuevos talentos. Un contacto laboral me contactó para pasar la entrevista con el gerente donde expliqué mis habilidades y experiencias en el ámbito de las artes gráficas y audiovisuales.

En junio del mismo año, por encargo del gerente, el Sr. Arturo Portal, se me designa como asistente de producción y creador de contenido para redes sociales de los clientes de Altavista, porque mostraban baja visibilidad y desorganización en los contenidos audiovisuales y gráficos que se compartían.

Posterior a la designación, las actividades a realizar fueron:

- El manejo de redes sociales para compartir los contenidos producidos para cada cliente.
- Elaboración de piezas graficas según la entidad y mensaje a difundir.
- Edición y acopio de videos resúmenes de acuerdo a la plataforma digital a compartir.
- Edición e incorporación de marca de agua para las fotos de la cobertura de los distintos eventos sociales y corporativos de los clientes.
- Camarógrafo de streaming para la difusión de eventos importantes, tales como eventos de colegiaturas, culturales, entre otros.
- Asistente de producción para el rodaje de un cortometraje.

3.2 Áreas comprometidas

- Productor general
- Producción y edición
- Asistentes de producción
- Creadores de contenido

3.3 Tareas profesionales desarrolladas

Piezas graficas de Efemérides Calendario Médico 2025.

Para la realización de este proyecto se empezó con la reunión a inicios de año en donde el decano expuso y compartió un Excel del calendario de efemérides con el equipo de Altavista. Seguidamente se procedió a crear una grilla de contenidos clasificados según el orden cronológico que serán publicados.

Luego de la clasificación se procedió a su desarrollo iniciando con una breve investigación del tema de la efeméride, la cual sirvió para entrar en contexto y buscar elementos gráficos e imágenes que sirvieron de apoyo en la pieza grafica.

Para la edición de estas piezas se utilizan dos programas, Illustrator para diseños más elaborados y Canva para proyectos minimalistas por su interfaz rápida y versátil.

Seguidamente se procede con la edición de la pieza en la plantilla preestablecida donde va una imagen de fondo acompañada del logotipo del Colegio Médico de Cajamarca, un texto corto de la fecha y día de la efeméride además otros elementos gráficos de los colores distintivos que ayudan a crear un diseño armonioso y

atractivo para los seguidores.

Alcanzado la culminación de la pieza se procede a generar un copy corto con información relevante acompañada de hashtags para luego ser compartido por el WhatsApp de la empresa al decano del colegio quien es la persona encargada de revisar y aprobar el diseño.

Finalmente se programa la publicación con la fecha y hora a través de Meta Business Suite que ayuda a difundir de manera simultánea la información en Facebook e Instagram.

El objetivo de estos posts es conmemorar las fechas importantes en el área de la salud y sensibilizar tanto a doctores como a pacientes.

Cobertura fotográfica para actividades de clientes del sector educación

Se inicia con una comunicación previa de dos a tres días a través del grupo de WhatsApp de docentes, directivos y colaboradores de un colegio de la ciudad de Cajamarca en donde las personas encargadas de las actividades a realizarse solicitan la cobertura del evento con el productor general.

Seguidamente el productor de Altavista a cargo del proyecto comparte la información del horario de inicio y cronograma del evento en el grupo de WhatsApp de Altavista para delegar a la persona que lo acompañará en la cobertura fotográfica de dicha actividad.

Después de ser seleccionado como el encargado de la cobertura, procedo a elegir un día antes los equipos las cuales son el flash, la cámara fotográfica, la cargada de las baterías y revisión del almacenamiento de la memoria para que estén presto a

USO.

Instalados en el evento me mantengo atento observando para capturar los momentos espontáneos y tomas planificadas con diferentes ángulos que reflejen en las imágenes las emociones de los participantes y público.

Posterior al acopio de las imágenes se procede con la selección de las mejores postales para seguir con la corrección de color en Photoshop y en Canva, donde se coloca la marca de agua distintiva de la institución.

Concretado el proceso de edición se crea un copy alusivo al evento para luego ser adjuntado con las fotografías al WhatsApp del productor para su revisión y aprobación de la difusión en las redes sociales del colegio. Finalmente se programa la publicación el mismo día del evento través de Meta Business Suite que ayudará a difundir la información en Facebook.

El objetivo de compartir las actividades a través de las fotografías en redes sociales sirve para fortalecer los lazos entre estudiantes, padres, docentes y colaboradores, además de generar una imagen positiva y un registro visual de momentos importantes de la institución en las redes sociales.

Video resumen, actividad por el día de la Madre

El proyecto, que incluía a dos instituciones educativas de la ciudad de Cajamarca, se inicia con la solicitud previa de los encargados hacia el productor y el gerente de Altavista, a quienes se les comunica la necesidad de hacer la cobertura del evento para producir un video resumen de los mejores momentos de dos actividades.

Luego se procede a compartir en el grupo de WhatsApp de Altavista dicha

información, en donde se indica las fechas y horarios, así mismo delegar a otro colaborador que me acompañará en la cobertura de ambos eventos.

Seguidamente me reúno con mi compañero para crear un pequeño guion de preguntas y respuestas que servirá como referencia en una entrevista corta para un docente, padre de familia y un alumno. Proseguimos a seleccionar los equipos, los cuales fueron dos cámaras de diferentes objetivos, poner a cargar las baterías, revisar el almacenamiento de las tarjetas de memoria, guardar el flash y un trípode Manfrotto.

Instalados en el evento solicitamos una copia del programa para hacer el registro audiovisual de los momentos espontáneos con diferentes ángulos en donde el video refleje las emociones de los participantes y asistentes. Culminada la actividad coordinamos con el docente encargado quien nos brindará la entrevista; además, es quien designó a un padre y estudiante para que también sean parte de la grabación.

Concluido el acopio, procedo a descargar los clips dividiéndolos en dos carpetas según el colegio para continuar con la selección y la llamada magia de la edición, en donde se hace la fusión del audio original con un fondo musical, la adaptación en el formato requerido según la plataforma a publicar y corrección de color si fuera necesario dándonos como resultado el producto audiovisual final.

Por último, se crea un copy alusivo al evento que será adjuntado con el video al WhatsApp de los responsables para su revisión y aprobación de la difusión en redes sociales. Confirmado la aprobación se programa la publicación según la plataforma. En el caso de la primera institución educativa, la publicación se comparte en su página de Facebook y Tik Tok; mientras que para la segunda institución educativa,

la difusión se realiza a través de Meta Business Suite Facebook.

El objetivo de compartir el video de la actividad por el Día de la Madre es para conmemorar y revivir la experiencia de la celebración, pero también sirve como recurso de marketing para atraer a nuevos estudiantes y padres.

Streaming de colegiatura para el Colegio Médico de Cajamarca

Primero el Decano del Colegio médico solicita realizar el streaming de los nuevos colegiados con el gerente. Seguidamente esta infamación se comparte a través del grupo de WhatsApp donde se indica la fecha, hora y lugar a realizar, para este caso todo el equipo de Altavista participa así mismo se delega a los responsables de hacer cámaras y switcher.

Una vez delegado el puesto de camarógrafo junto a mi compañero se procede un día antes con la selección de equipos, iniciamos guardando dos cámaras de video, una Gopro, dos trípodes, dos laptops, sistema de audio, trasmisores inalámbricos, switcher y cables para luego cargar las baterías, finalizado con la revisión de almacenamiento de las tarjetas de memoria.

Empezamos la jornada solicitando una copia del programa, seguidamente el equipo se acomoda en sus puestos para dar inicio a la transmisión, en mi caso soy el responsable de la cámara principal el cual se encarga de enfocar a las autoridades al momento de su intervención. Trascurrida la parte protocolar comienzo a seguir al colegiado en su acenso al podio y capturar el momento de la imposición de la medalla y entrega de diploma. Llegada la parte final, realizo un paneo del auditorio para terminar la transmisión.

El objetivo de transmitir la colegiatura de los médicos es para guardar el recuerdo de este hito importante pero también para conectar a las familias que no están presentes y así mismo atraer a nuevos colegiados.

Reel Promocional de Servicios

Primero inicié el proyecto reuniéndome con el equipo de Theme Parties que requerían un reel para promocionar su servicio de picnic y Misky Sunqu solicitó un reel para la promoción del Misky Coffe Reave, el cual sirvió para entrar en contexto y se pueda iniciar con el proceso creativo.

Después de recolectar la información procedo con la búsqueda de reels que sirvieron de inspiración en la creación de los storyboards de ambas marcas en donde se colocó ilustraciones guías para la creación de los videos.

Terminado dicho proceso, agendé una reunión con ambos clientes para exponer las ideas, esto me ayudó a contar las historias para que sean aprobadas y se empiece con el registro, además para el caso de Misky Sunqu se procedió a buscar a dos mujeres quienes serían las protagonistas, como también a programar el horario, fecha y locación. Previamente hice la selección del equipo, el cual constó de una cámara de video, tarjeta de memoria y baterías para asegurar que todo funcione correctamente.

Llegado el día de rodaje con Theme Parties procedí a revisar el storyboard para obtener un panorama general que me ayudó a grabar de forma ordenada y breve. En el caso de Misky Sunqu, primero les expliqué a las protagonistas qué tomas se harían para agilizar el proceso, el cual nos tomó una hora aproximadamente para el

acopio de todos los clips.

Finalmente, procedí a la selección y edición de los reels en la aplicación CapCut dado que su interfaz es versátil. En este programa se agregan los efectos, la pista musical, la marca de agua y un título, dándonos como resultado dos productos audiovisuales de 45 segundos cada uno. Continuamos con la creación del copy que acompañó al reel para ser compartido mediante el WhatsApp personal de los clientes con la finalidad de ser aprobados y publicados en sus páginas de Instagram y Tik Tok.

El objetivo de postear los reels en las plataformas antes mencionadas es para que ayude a generar una mayor visibilidad y atraer a un nuevo público.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Actividades en el Colegio Médico de Cajamarca

A continuación, se presenta una pieza gráfica con el saludo del Colegio Médico de Cajamarca hacia el Ministerio Público por su aniversario 44° y el día del Fiscal, la cual desarrollé a solicitud del cliente.

Figura 2

Pieza gráfica de saludo institucional para el Ministerio Público y Fiscales



Este diseño conforma la figura 3 que fue empleada para la publicación en el Fan Page oficial de Colegio Médico de Cajamarca.

Figura 3

Publicación en la Página Oficial del Colegio Médico de Cajamarca



Así mismo, yo era el responsable de publicar el material gráfico y audiovisual que se me designaba. Se muestra un video con el Decano del Colegio Médico de Cajamarca para defender el Acto Médico y exigir al congreso la derogación de la Ley 32210.

Figura 4

Post de Facebook en el Fan Page del Colegio Médico de Cajamarca

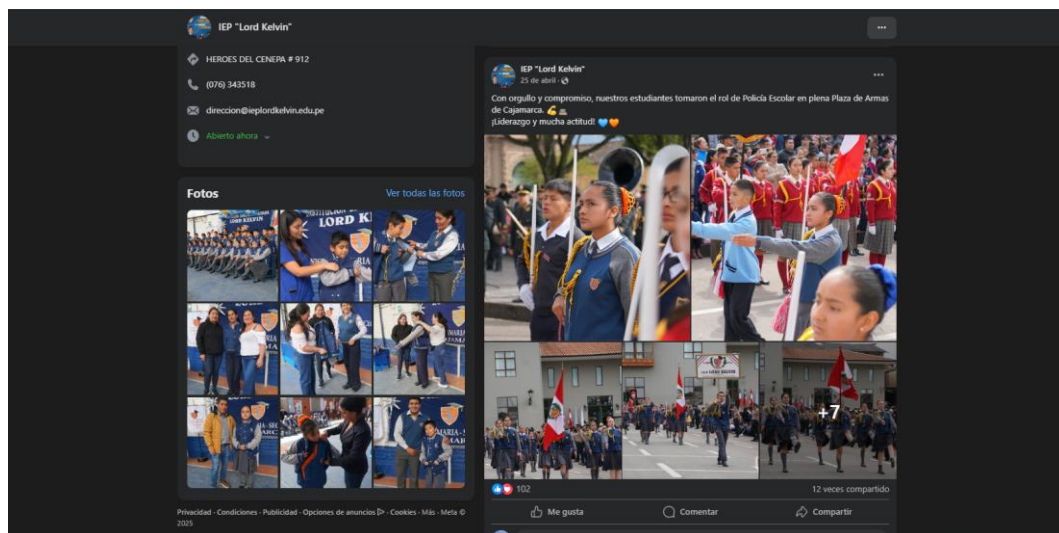


Cobertura fotográfica y audiovisual para clientes del sector educativo

Parte de mis actividades en la institución es la cobertura de las diferentes actividades programas para ser publicadas en redes sociales. Se presenta una captura del post con fotografías de los alumnos Policías Escolares de una institución educativa de Cajamarca que tomaron juramento en la plaza de armas de la ciudad junto a compañeros de otras instituciones.

Figura 5

Post de Facebook en el Fan Page del Colegio Lord Kelvin



Así mismo, se muestra la captura de un video con una profesora representante de los docentes de primaria, quien expone sobre las instalaciones del plantel educativo.

Figura 6

Video con docente de matemáticas



Este video conforma la figura 7 que fue empleada para la publicación en el Fan Page y Tik Tok oficial del Colegio Lord Kelvin.

Figura 7

Captura del feed de Tik Tok



Streaming para eventos

A continuación, se presenta una fotografía con el equipo de Altavista, iniciando desde la derecha con el gerente, seguido del productor general y a su costado mi persona como camarógrafo para la transmisión de la Dirección Desconcentrada de Cultura - Cajamarca

Figura 8

Equipo de Altavista en el streaming para la Dirección Desconcentrada de Cultura - Cajamarca



Esta fotografía conforma la figura 9 donde además de muestra la captura del streaming de la entrega de terreno para mejoramiento, renovación y reparación de infraestructura del Cuarto de Rescate en el fan page de la Dirección Desconcentrada de Cultura – Cajamarca.

Figura 9

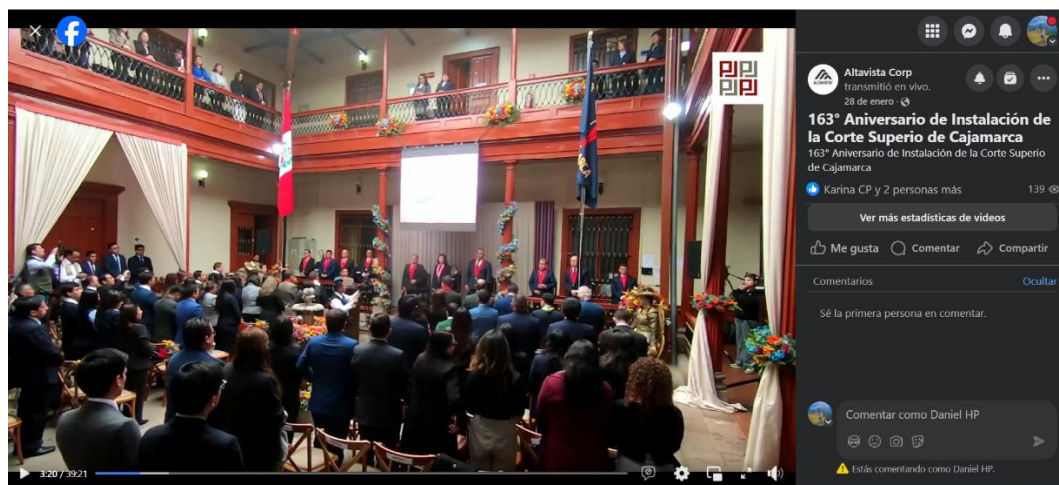
Streaming en la fan page de la Dirección Desconcentrada de Cultura - Cajamarca



Así mismo, se muestra el streaming para el 163° aniversario de instalación de la Corte Superior de Justicia de Cajamarca

Figura 10

Captura del streaming de la fan page de Altavista Corporación.



Además, para complementar la figura anterior se muestra la fotografía de mi persona como camarógrafo para el streaming.

Figura 11

Imagen de mi persona como camarógrafo en el streaming.



Reel de promoción para Misky Sunqu

Se muestra el video para reel de promoción en redes sociales del Misky Coffe Reave en la ciudad de Cajamarca.

Figura 12

Captura de video para el reel de promoción.



Este video conforma la figura 13 que fue empleada para su difusión en Instagram y Tik Tok oficial de Misky Sunqu.

Figura 13

Captura del feed de Instagram.



Sesión fotográfica para credenciales del sector educativo

A continuación, se presenta una imagen del estudio que se montó en las instalaciones del plantel educativo para realizar la sesión fotográfica a los estudiantes.

Figura 14

Imagen de la sección fotográfica.



Asistencia para la producción de cortometraje

Se muestra una imagen durante el rodaje del corto en una de las locaciones en el distrito de Llacanora - Cajamarca.

Figura 15

Fotografía durante rodaje en una casa colonial.



Finalmente, para completar la figura 15 se presenta una foto del fin del rodaje.

Figura 16

Fotografía con el equipo de producción.



CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La gestión de contenidos en redes sociales, es importante para hacer una planificación con una serie de contenidos diversos más allá de publicar en un sentido y programar las publicaciones para la difusión del que buscan los clientes, además que contribuya en la visibilidad de la marca, busque la interacción, y la construcción de posicionamiento de identidad digital en el ecosistema comunicacional actual.

El saber editar en el campo fotográfico y audiovisual me sirvió para hacer ediciones más ágiles en las tareas designados por que lo aprendí durante el desarrollo de mi carrera profesional en UPN.

Mantener la coordinación con el equipo del Altavista y sus clientes fue esencial para el desarrollo exitoso de los contenidos publicados en las redes sociales en donde se evidenció un significativo crecimiento den la conectividad con las diversas audiencias.

Recomendaciones

Mejorar los contenidos de los clientes de Altavista utilizando los programas de Above para tener mejores resultados tanto en la resolución como en el diseño ya sea para las piezas gráficas y productos audiovisuales.

Fortalecer los nexos con los clientes a través de una comunicación más constante, ofrecerle nuevas ideas llamativas utilizando referencias visuales y hacer seguimiento a sus redes sociales para darle de manera mensual los resultados

obtenidos de tal modo se le dé un servicio personalizado.

Para los que se dedican al diseño gráfico, recomiendo que trabajen con su propio estilo, pero siempre adaptándolo a las necesidades del cliente, recabar la información importante para el desarrollo de la pieza, comunicación constante y aprender a trabajar en equipo.

A todos lo que se dediquen a la producción audiovisual, se les recomienda verificar los equipo y el proceso de producción para saber si es lo que se está solicitando va en línea con el objetivo del cliente.

Finalmente, para los estudiantes de comunicación, recomendó que desarrollen sus trabajos como si lo estarían haciendo para su centro de labores, creen su propio estilo y disfruten de lo que hacen para lograr resultados éxitos.

REFERENCIAS

- Antezana, C. (2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba. *Punto Cero*, 22(35), 24-37.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=421854968003>
- Barredo D., Rodrigues M., Hidalgo, J. (2021) Comunicación digital, redes sociales y procesos en línea: estudios en una perspectiva comparada entre América Latina y la península ibérica. *Journal of Iberian and Latin American Research*, 26 (3), 275-283. <https://doi.org/10.1080/13260219.2020.1934260>
- Becilla, L., Herrera, E., Lemos, D., y Baldeón, A. (2020) La producción audiovisual como herramienta formativa en los estudiantes de Comunicación Social. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 1(34), 1-20. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i1.2423>
- Caldas, S. (2021). El poder del diseño gráfico para generar emociones. *ESSAY Grafica*. 9 (17), 37-45. <https://doi.org/10.5565/rev/grafica.187>
- Can, U., & Alatas, B. (2019). A new direction in social network analysis: Online social network analysis problems and applications. *Physica A*, 535 (122372) 1-38. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2019.122372>
- Flores, P., Chang, T., Grifeu, A. (2024). Más allá de la pantalla: Aproximación a la relación streamer-audiencia y su influencia en las preferencias de consumo en el streaming. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 65 (1), 245-258. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/más-allá-de-la-pantalla-aproximación-relación/docview/2957758516/se->

[2?accountid=36937](#)

González, J. (2019). Análisis de Redes Sociales (ARS): Estado del arte del caso mexicano. *Espacio Abierto*, 28(3), 5-24.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12264369001>

Gujarro, M., y Cueva, E. (2024) El impacto del diseño gráfico en las estrategias de redes sociales: Una revisión bibliográfica. *Revista Social Fronteriza*, 4(6), 2-19. [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(6\)544](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(6)544)

Higueras, A., Pérez, J., Torres, M., Camacho, M., Moyano, M. (2022) Streaming de vídeo, cómo las plataformas de vídeo social condicionan el comportamiento y los usos expresivos de los usuarios de sus apps. *Revista Latina de Comunicación Social*. 80 (1),1-20. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2022-1545>.

Luo, X., Lim, WM, Cheah, JH, Lim, XJ y Dwivedi, YK (2023). Comercio en vivo por streaming: Una revisión y agenda de investigación. *Journal of Computer Information Systems*, 65 (3), 376–399.

<https://doi.org/10.1080/08874417.2023.2290574>

Lupiáñez, C. O. (2015). La producción audiovisual en el aula. *Magazin*, 23 (1), 40-46.

<https://revistascientificas.us.es/index.php/mAGAzin/article/view/7396/6534>

Montserrat, J., y Sabate F. (2017) *Planificación Estratégica de la Comunicación en las Redes Sociales*. Editorial UOC.

<https://ebookcentral.bibliotecaupn.elogim.com/lib/upnpe/detail.action?docID=7025794>

- Ortiz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. RUA
Universidad de Alicante. <http://hdl.handle.net/10045/73827>
- Pérez, B. (2021). Streaming: ventajas, desafíos y oportunidades de las
radiotelevisiónes para captar audiencias. *Revista de Ciencias de la
Comunicación e Información*, 26 (1), 45-65.
<https://doi.org/10.35742/rcci.2021.26.e85>
- Rivero, E., y Rossi, D. (2022). QUÉ POLÍTICAS PARA QUÉ DESARROLLO
AUDIOVISUAL. *La posibilidad regulatoria nacional de las plataformas
globales de video a demanda*. 24(1), 3-13.
<http://id.caicyt.gov.ar/ark:/s18535925/frkprir1k>
- Sempere, C. (2017). *Preproducción, producción y postproducción de un videoclip
music Crazy Head - Pugnator*. [Tesis de licenciado, Universitat Jaume I].
<http://hdl.handle.net/10234/169011>
- Tenreiro, C., y Palacio, M. (Eds.). (2016). *Producción y desarrollo de proyectos
audiovisuales*. Síntesis.