

**REALIZACIÓN DE PROCESOS AUDIOVISUALES PARA EL PROYECTO  
“BUCARAMANGA, UNA SOLA CIUDAD, UN SÓLO CORAZÓN” DE LA  
ALCALDÍA DE BUCARAMANGA**

**KAREN ALEJANDRA PÉREZ VELANDIA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
BUCARAMANGA  
2013**

**REALIZACIÓN DE PROCESOS AUDIOVISUALES PARA EL PROYECTO  
“BUCARAMANGA, UNA SOLA CIUDAD, UN SÓLO CORAZÓN” DE LA  
ALCALDÍA DE BUCARAMANGA**

**KAREN ALEJANDRA PÉREZ VELANDIA**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO EN MODALIDAD DE PASANTÍA COMO  
REQUISITO PARA OPTAR AL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL-  
PERIODISTA.**

**SUPERVISOR**

**REALIZADOR DE CINE Y TELEVISIÓN. FIDEL SÁNCHEZ**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES**

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**BUCARAMANGA**

**2013**

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bucaramanga, de 2013

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de formarme como profesional en la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga. Además, a mis padres Helman Ricardo Pérez y Ana Mireya Velandia Sánchez por su apoyo, confianza, motivación y colaboración durante el proceso académico. A mis docentes los conocimientos en cada una de las áreas y los valores inculcados para ser mejor persona cada día y excelente profesional al servicio de la comunidad. Así mismo, agradezco a la Productora y Comercializadora Comprovision, por posibilitarme el desarrollo y práctica de los aprendizajes adquiridos durante la carrera.

## **DEDICATORIA**

Dedico este logro a Dios por la oportunidad brindada, a mis padres y hermanos, por su apoyo, colaboración y confianza durante el proceso de aprendizaje.

## CONTENIDO

	<b>Pág.</b>
INTRODUCCIÓN .....	10
IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	14
OBJETIVO GENERAL.....	19
OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	20
METODOLOGÍA.....	21
ACTIVIDADES FUNDAMENTALES REALIZADAS DURANTE LA PASANTÍA. ....	30
RESULTADOS .....	39
CONCLUSIONES.....	40
RECOMENDACIONES .....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	42

## LISTA DE ANEXOS

- Anexo A.....Bases de datos y fotografías de presidentes de las juntas de acción comunal de la ciudad de Bucaramanga.
- Anexo B.....Primera aproximación a trabajo de campo
- Anexo C.....Fotografías jóvenes talentosos barrios Bucaramanga
- Anexo D.....Perfiles de personas con talentos.
- Anexo E.....Problemáticas y realidades sociales, barrios Bucaramanga.
- Anexo F.....Cortinillas del programa Bucaramanga
- Anexo G.....Notas periodísticas
- Anexo H.....Grupo en Facebook y cuenta en YouTube con la información del proyecto.
- Anexo I.....Programas audiovisuales del proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón”, en YouTube y Facebook.
- Anexo J.....Links programas en YouTube.
- Anexo K.....Canales alternativos de difusión del programa.
- Anexo L.....Informe final del programa “Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón”.
- Anexos M.....Organigrama empresa Comprovision E.U

## **RESUMEN**

**TITULO:** Realización de procesos audiovisuales para el proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón” de la alcaldía de Bucaramanga.

**AUTOR(ES):** Karen Alejandra Pérez Velandia

**FACULTAD:** Comunicación Social-Periodismo

**DIRECTOR (A):** Fidel Sánchez

**RESUMEN:** El presente trabajo de pasantía se realizó en la productora y Comercializadora de Televisión Comprovision, donde se llevaron a cabo procesos audiovisuales del proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón” de la alcaldía de Bucaramanga, que incluyó: Identificación con los diferentes líderes comunitarios y presidentes de juntas de acción comunal, investigación periodística de las problemáticas y realidades sociales selección de jóvenes con actitudes artísticas, culturales, musicales y deportivas; la implementación de las diferentes secciones del programa, redacción de notas periodísticas, creación y actualización de las redes sociales (Facebook y YouTube ), diagnóstico de los canales alternativos en las comunas. Para alcanzar el objetivo planteado, se llevó a cabo la metodología de preproducción, producción y posproducción. Los resultados arrojados concluyen que las redes sociales permitieron establecer contacto directo con las personas y mantenerlos informados sobre el proyecto. Así mismo, los 18 productos audiovisuales elaborados en las diferentes comunas posibilitaron recopilar información para la creación de la memoria colectiva sobre la historia de cada uno de los barrios trabajados, además, se logró destacar a personas con habilidades talentosas.

Finalmente, se lograron transmitir los 18 programas de Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón por las doce parabólicas de la ciudad.

**PALABRAS CLAVES:** Televisión Comunitaria, líderes comunitarios, Alcaldía de Bucaramanga, comunas de Bucaramanga, historia local.



## **ABSTRACT**

**TITLE:** Making visual processes for the project "Bucaramanga, one city, one heart" of the mayor of Bucaramanga

**AUTHOR (S):** Karen Alejandra Pérez Velandia

**FACULTY:** Social Communication and Journalism

**DIRECTOR (A):** Fidel Sánchez

### **ABSTRACT:**

The present study was conducted in internship producer and marketer Comprovision where audiovisual processes carried out the project "Bucaramanga, one city, one heart" of the mayor of Bucaramanga, which included: identification with different community leaders and presidents Community action board, journalistic research issues and social realities attitudes selection of young artistic, cultural, musical and sporting, the implementation of the different sections of the program, drafting media, creating and updating social networks (Facebook and YouTube), diagnosis of alternative channels in the communes. To achieve the stated objective, held the methodology of preproduction, production and postproduction. The results obtained conclude that social networks allow direct contact with people and keep them informed about the project. Likewise, audiovisual products made in 18 different communities gather information allowed for the creation of collective memory about the history of each of the districts worked also achieved highlight talented people with skills.

Finally, we managed to pass the 18 programs Bucaramanga one city, one heart by the twelve dishes of the city

**KEY WORDS:** Community Television, community leaders, Mayor of Bucaramanga, municipalities of Bucaramanga, local history.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad los procesos comunicativos en una comunidad son claves porque permiten promover nuevas actitudes, conocimientos, desarrollo social y económico. Para generar estos cambios, la comunicación implementa diferentes herramientas con el objetivo de lograr dicho propósito; uno de ellos es la televisión comunitaria que “nace como una solución propia que se dan las comunidades para responder a un vacío de comunicación que ahoga las voces locales”.<sup>1</sup> Así mismo, la televisión comunitaria:

“Es el medio de comunicación en el que existe una relación dialógica, un intercambio real, efectivo y equitativo entre los que intervienen en el proceso de la comunicación: De ser emisores y receptores se pasa a interlocutores; en donde la comunidad tiene el derecho de participar en todo el proceso de producción; y en el cual se producen programas con contenidos locales y comprometidos con temas sociales, educativos y culturales.”<sup>2</sup>

Teniendo en cuenta la función que desempeña la televisión comunitaria, se implementó el proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón, un programa creado por la Alcaldía de Bucaramanga y producido por la comercializadora y productora de Televisión Comprovisión, el cual buscaba impulsar un proceso de emprendimiento, propiciar conductas positivas y creadoras hacia la sociedad, así como la adecuada utilización del tiempo libre, además de crear conciencia en los jóvenes habitantes de las comunas de Bucaramanga que constantemente se estaban enfrentando a situaciones sociales como la drogadicción, el alcoholismo, vandalismo, entre otras; donde se les mostró que existe un mundo más allá de la violencia de los conflictos en donde puedan tener

---

<sup>1</sup>GUMUCIO, Alfonso. La televisión comunitaria. Ni pulpo, ni púlpito: palpito. (Artículo). Recuperado: 18 de marzo de 2013. Disponible en: <http://kerymedia.com/Alfonso-Gumucio-Dagron/articulos/television.html>

<sup>2</sup> Angulo, Lizandro y Zabaleta Iñaki. “Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana”, 2008. p 3. Documento Electrónico

paz, tranquilidad y nuevas oportunidades como laborar, estudiar; entre otras; es por ello, que este programa, buscó realizar productos audiovisuales en que los habitantes contaran con sus propias palabras y por medio de las imágenes la realidad que estaba viviendo su comunidad.

Para dar a conocer el proyecto a la comunidad, se realizó un video piloto participativo para que la población civil de Bucaramanga conociera el programa y de esta manera se vinculara, teniendo en cuenta la importancia del video como lo menciona Alfonso Gumucio en su texto Haciendo Olas “nos permite ver y además escuchar esas voces, haciendo que nuestras emociones sean afectadas de una manera inimaginable”<sup>3</sup> igualmente permitió dar a conocer la realidad social de cada una de sus comunidades. En este punto, fue pertinente conocer que el concepto de video “es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética y se ha considerado como una técnica al servicio de la comunicación”<sup>4</sup>. Con lo anterior, el video es una herramienta que “proporciona una oportunidad para que la comunidad pueda contar sus propias experiencias y conocimientos y expresar sus necesidades y esperanzas desde su propio punto de vista”.

Según el proyecto, se requirió la producción de productos audiovisuales donde se dieron a conocer los problemas y realidades sociales en cada una de las diferentes comunas, en el cual se involucró a toda la comunidad como jóvenes, líderes comunitarios, presidentes de juntas de acción comunal entre otros, donde se les entregaron las herramientas necesarias para crear las oportunidades de brindar información y educación de calidad en la población. De igual forma, se pretendió que existiera una comunicación participativa que según las experiencias

---

<sup>3</sup>GUMUCIO, Alfonso. Haciendo Olas, Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social. (Online. En: haciendo olas, citado el 5 de septiembre de 2012. Disponible en: [http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/haciendo\\_olas\\_%5Bf%5D\\_7\\_23.pdf](http://www.communicationforsocialchange.org/pdf/haciendo_olas_%5Bf%5D_7_23.pdf)

<sup>4</sup>Definición de video cámara. (online) En ddefinición. de. Citado el 6 de septiembre del 2012. Disponible en: <http://definicion.de/video-camara/>

comunicativas de Gumucio<sup>5</sup> “es donde la gente interviene en un proceso que se realiza con el fin de obtener objetivos en común, además para ellos lo que importa es el proceso y no los resultados, la comunicación es bidireccional e interviene el factor de sostenibilidad no desde el punto económico sino cuando hay un diálogo y participación”, además con esta iniciativa se buscó, que la ciudadanía se empoderará y de esta manera fortalecieran el tejido social y generaran un cambio social en las comunas de Bucaramanga.

En este punto es pertinente mencionar, que los medios audiovisuales fueron una herramienta donde se pudo permitir contar historias a través de reportajes, crónicas, notas, entre otras, por medio de la radio, el cine o la televisión, catalogándolo como un recurso educativo, ya que la mayor parte de la información que reciben las personas es mediante el sentido de la vista y el oído. Lo que se quiso lograr con la utilización de medios audiovisuales fue “fomentar la participación, el interés por un tema y el espíritu crítico en debates relacionados con la información audiovisual presentada”<sup>6</sup>.

Con base en lo anterior, se requirió de un proceso comunicativo, razón por la cual, fue pertinente, la participación de una comunicadora social-periodista, experta en medios audiovisuales, periodismo audiovisual, enfoque de la comunicación hacia la no violencia u otros temas afines y de esta manera llevar a cabo los productos audiovisuales realizados por los mismos jóvenes.

Para lograr lo planteado, fue pertinente en primer lugar la realización de un diagnóstico en la comunidades que se intervinieron, con el fin de conocer a profundidad los aspectos negativos y positivos que se encontraron al interior de las comunas, y de esa manera contar sus historias a través de los diferente

---

<sup>5</sup>GUMUCIO, Opus cit.

<sup>6</sup>ADAME, Antonio. Medios de audiovisuales en el aula. (online) En: Revistad. No, 19 junio del 2009. citado el 6 de septiembre. Disponible en : [http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod\\_ense/revista/pdf/Numero\\_19/ANTONIO\\_ADAME\\_TOMAS01.pdf](http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_19/ANTONIO_ADAME_TOMAS01.pdf)

géneros periodísticos, como reportaje, crónicas, notas periodísticas, noticias, entre otras. Cuando se hace referencia a noticia en los medios de comunicación masivos es una “redacción o un relato que informa al público sobre un hecho novedoso o atípico ocurrido dentro de una comunidad determinada y su estructura está basada en el ¿Qué?, ¿Cuándo?, ¿Cómo?, ¿Dónde? y ¿Por qué?, cuando se habla de reportajes televisivos, se hace referencia a un relato esencialmente periodístico, libre en cuanto a tema, objetivo en cuanto al género y de estilo directo, en el que se da a conocer un hecho o suceso de interés actual o humano. Cuando se hace mención a crónica en televisión, se refiere a una narración histórica breve en el orden del tiempo”<sup>7</sup>. Cada uno de estos conceptos permite realizar productos audiovisuales adecuadamente.

Por otra parte, fue importante tener en cuenta que en el mundo de hoy el uso de las Nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, TIC, en las empresas fue clave para tener mayor contacto con las personas vinculadas a estas redes. Con base en este contexto, se creó una página en Facebook y una cuenta en YouTube donde se encontrara toda la información del programa como “Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón, de manera interactiva, creativa y explorativa para los jóvenes de las comunas y a la vez se dio a conocer cuál era la filosofía y objetivos planteados. De esta manera, para Juan Cristóbal Cobo Romani<sup>8</sup>, las TIC son:

*“Dispositivos tecnológicos (hardware y software) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información*

---

<sup>7</sup> FERNANDEZ, Edgar. Géneros periodísticos de televisión. (Online). En: Capítulo 2. citado el 5 de septiembre de 2012. Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/444/4/Capitulo2.pdf>

<sup>8</sup> COBO, Juan Cristóbal. El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. (Online) En: Base de Datos EBSCO. Zer: Revista de Estudios de Comunicación; nov2009, Vol. 14 Issue 27, p295-318. Citado el 4 de septiembre del 2012. Disponible en: <http://ehis.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7cbf13e1-36fa-4a7f-a093-68628d155aad%40sessionmgr13&vid=11&hid=1>

*que cuentan con protocolos comunes. Estas aplicaciones, que integran medios de informática, telecomunicaciones y redes, posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal (persona a persona) como la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos). Estas herramientas desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento"*

Además expone, que son un elemento esencial de la Sociedad de la Información, porque habilitan la capacidad universal de acceder y contribuir a la información, las ideas y el conocimiento.

En este punto, conviene decir que las redes sociales facilitaron la divulgación de diferentes contenidos e información que fueron de interés público, lo que permitió que los seguidores se mantuvieran informados de lo que estaba sucediendo, lo cual generó buena acogida y a la vez la vinculación de más personas. Según Javier Celaya<sup>9</sup>, "las redes sociales son lugares en Internet donde las personas publican y comparten todo tipo de información, personal y profesional, con terceras personas, conocidas y absolutos desconocidos". Además, explica que existen tres tipos de redes sociales tales como: Generalistas (Facebook, Hi5, etc.); y las especializadas (Ediciona, eBuga, entre otros). Profesionales (Linkedin, Xing, entre otros). En este proyecto, se tuvieron en cuenta las redes sociales generalistas, debido a que se creó una página en Facebook y una cuanta en YouTube.

Lo anteriormente expuesto, se tuvo como base para lograr y llevar a cabo el plan de trabajo y de esta manera cumplir a cabalidad los objetivos y las estrategias propuestas, en este plan de acción.

---

<sup>9</sup>CELAYA, Javier. La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación on-line en la estrategia empresarial. Editorial Grupo Planeta 3<sup>a</sup>.ed.Barcelona, 2011. Pág. 23

## IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

### NOMBRE Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La productora de televisión se denomina COMPROVISIÓN, se encuentra ubicada en el Departamento de Santander, Municipio de Bucaramanga. Se localiza en la Calle 45 # 25-10, piso 1.



En lo que se refiere a los datos de contacto, Comprovisión cuenta con un número telefónico fijo el cual corresponde al 6572850; Así mismo, se encuentra el correo electrónico [comprovisiontro@yahoo.es](mailto:comprovisiontro@yahoo.es).

### NOMBRE Y CARGO DEL SUPERVISOR EN LA EMPRESA

El Gerente de la comercializadora y productora de televisión Julio Camargo Santodomingo es quien estará pendiente en la revisión de las funciones que le corresponde realizar a la pasante.

### HISTORIA Y CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

La comercializadora y productora de televisión Comprovisión, nace el 7 de Septiembre de 1999 con el objetivo de realizar materiales audiovisuales para televisión en la ciudad de Bucaramanga y su área Metropolitana.

De igual forma, es una empresa experimentada en la asesoría de comercialización y mercadeo de paquetes y campañas publicitarias, como también en la producción de videos institucionales, comerciales de televisión y corresponsalías de noticieros nacionales, lo que garantiza la calidad del producto ofrecido, soportada por su

equipo humano y técnico con amplia trayectoria en el campo de los medios de comunicación a nivel local, regional y nacional.

Comprovision E. U. ha participado en la realización de videos institucionales para las siguientes entidades:

- Lotería de Santander
- CDMB
- Alcaldía de Bucaramanga
- Corporación Autónoma de Bucaramanga
- Corporación Mixta de Turismo
- Tescicol
- Urbanas
- Fundación Cardiovascular
- Área Metropolitana de Bucaramanga
- Dirección de tránsito de Bucaramanga
- Gobernación de Santander
- Centro Metropolitano de Mercadeo
- Alcaldía de San Vicente de Chucuri
- Indersantander
- Secretaría de salud de Bucaramanga
- Corjuegos
- Club el Laguito
- Club las Gaviotas (Santa Martha)
- Segunda División del Ejército Nacional
- Freskaleche
- Empresa de Acueducto de San Gil Acuasan
- Alcaldía de los Santos
- Instituto Municipal de Cultura
- Concesión Comuneros
- Gobernación de Santander video Turístico de Santander
- Universidad de La Paz Barrancabermeja



Así mismo, ha realizado transmisiones para las siguientes entidades.

- La Gran Bodega.
- Expomodas 2000.
- Expotex Baratazo- 1ª Feria.
- Expotex Baratazo- 2ª Feria.
- Súperofertas Navideñas Vanguardia Liberal 2000.
- Súperofertas Navideñas Vanguardia Liberal 2001.
- Exponavidad Primera Feria Sanandresito La Isla.
- Exponavidad Segunda Feria Sanandresito La Isla.
- Lotería de Santander Transmisión en Directo los días Viernes.
- Semana Santa Piedecuesta 2000.
- Semana Santa Pamplona 2001.
- Sorteo de La Culona transmisión en directo todos los días.
- Consejos Comunales Gobernación de Santander.
- Semana Santa Floridablanca.
- Sorteos descentralizados Lotería de Santander (Barranca, Florida, Piedecuesta, Girón, Lebrija, Cúcuta).

Cabe resaltar, que uno de los programas bandera de Comprovisión es el magazine denominado “El Programa de las 8”, el cual se emite por el canal Regional TRO. En este punto, es pertinente indicar que este proyecto fue el precursor de las transmisiones de este tipo de contenidos en el horario de las mañanas.

“El programa de las 8”, se emitió a partir del 30 de enero de 2008 y consiste en dar a conocer los acontecimientos de la actualidad de la región Santandereana, en el cual se lleva un invitado que tenga experticia sobre el tema a desarrollar. Igualmente, se emiten editoriales o crónicas de la Fundación Cardio Vascular FCV, notas periodísticas del programa de la Alcaldía, Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón y de las diferentes universidades de la Ciudad, como las Unidades Tecnológicas de Santander, UTS, Universidad de Santander, UDES y nota de cooperativismo con Financiera COMULTRASAN.

Igualmente, Comprovisión realizó la producción del programa de la Alcaldía de la ciudad “Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón” desde el año 2012, hasta el mes de julio de 2013. Esta productora llevó a cabo la producción de 30 programas equivalentes a 4 temporadas; en el cual se realizó la visita a las 17

comunas de Bucaramanga. (Más adelante se dan a conocer las comunas trabajadas).

## **OBJETIVO GENERAL**

- ❖ Realizar programas de televisión como acción comunicativa para la implementación del proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón”

## **OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- ❖ Identificar dentro de las comunas de Bucaramanga, grupos o personas talentosas que puedan destacarse por sus habilidades, para realizar crónicas, entrevistas, entre otras.
- ❖ Producir 18 programas audiovisuales, en las diferentes comunas de Bucaramanga, en los cuales se narren historias de sus habitantes más destacados en lo artístico, servicio social, convivencia, entre otros.
- ❖ Crear una cuenta en las redes sociales como Facebook y YouTube, siguiendo la filosofía u objetivos del proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón”, para tener una mayor interacción con la audiencia.
- ❖ Generar canales alternativos de difusión del programa para que logre su impacto más allá de su primera emisión por pantalla televisiva

## METODOLOGÍA

La metodología que se implementó durante el desarrollo del programa “Bucaramanga una sola ciudad un sólo corazón”, fue mediante las fases de Preproducción, Producción y Posproducción.

### Ficha Técnica

Título del programa	Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón. (18 programas)
Duración	30 min. cada programa
Canal que se emite	Canal TRO
Canales comunitarios	(ACOTEVECOM, ARCOTS T.V, PARAPROFON, Asociación Cívica del barrio La Aurora, TEVE.COM, APABARO, ASAPARABOL, ATERECO T.V, TELEUNIÓN, ASPIDIASAN TV SUR Y ACOAPACOS),

**Tabla No.1:** Ficha técnica del programa Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón.

En la fase de Preproducción el equipo de trabajo en cabeza de los directivos del proyecto seleccionaban el barrio de acuerdo con su antigüedad, ubicación, necesidades, entre otros aspectos, posteriormente se establecía contacto con el presidente de la junta de acción comunal, con el propósito de darle a conocer el objetivo del programa “Bucaramanga un sola ciudad, un sólo corazón”.

Después de establecer comunicación con el líder comunitario, se dirigía hacia el barrio seleccionado a hacer trabajo de campo y reportería que consistió en conocer el territorio, la población, sus habitantes, las necesidades existentes, gente talentosa, emprendedora, problemáticas sociales, ambientales, todo esto con el fin de llevar un cronograma que permitió la organización del tiempo, el espacio, y las locaciones para el día de la grabación.

Las herramientas utilizadas durante las grabaciones fueron las siguientes: 1 Cámara Panasonic digital 3CCD, 1 Trípode, 1 micrófono inalámbrico y de mano y 1 luz.

Ya en la Producción, se realizó todo lo que concernía a la grabación de entrevistas que se hacían tipo plano medio y las imágenes de apoyo, para las diferentes secciones que conformaban el programa Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón.

Las secciones que formaron parte del primer contenido del programa fueron las siguientes:

### **CLIP BARRIO:**

Esta nota contiene información sobre la ubicación, dirección y límites del barrio, rutas de acceso, descripción del lugar, sitios de referencia, lugares representativos, número de habitantes, estrato, anécdotas o hechos de por qué es conocido el barrio. Para finalizar esta nota va una petición principal y la respuesta oficial a esa solicitud.

### **HISTORIA BARRIO:**

Se entrevistaban 2 personas, habitantes del sector, que narraran sobre la fundación e historia del barrio y se complementaba con información de archivos y documentos. El objetivo era consolidar información acerca de cuándo se fundó el barrio, cómo empezó a habitarse, un acontecimiento importante, evolución del barrio e inicios.

Las imágenes eran apoyadas con fotografías de los habitantes del barrio en el que se veían los cambios arquitectónicos del sector.

### **INQUIETUDES:**

Espacio de comunicación directa con el alcalde a través de preguntas pregrabadas en recorrido por los barrios. Las inquietudes y sugerencias se le daban a conocer al mandatario municipal para que las respondiera directamente o por intermedio de los funcionarios de la administración que él delegaba para tal fin en el programa. Este espacio permitió, estrechar los lazos de comunicación entre

la administración y las comunidades, destacando la imagen del alcalde y su compromiso ciudadano.

### **TALENTOS DE MI BARRIO:**

En esta sección se destacaron las personas o grupos que sobresalían por sus actitudes o actividades deportivas, culturales y musicales.

### **EMPRENEDORES:**

Esta sección exaltó y reconoció a quienes con su esfuerzo forjaron su sueño de construir empresa y generan empleo. Así mismo, se destacó a quienes con su liderazgo promovieron campañas de beneficio ciudadano.

### **CONSTRUYENDO CIUDADANOS:**

Esta sección para promover cultura ciudadana y censurar a quienes infrinjan normas de comportamiento ciudadano. Se trabajó de la mano con los veedores de las comunas y miembros de los Comités de Desarrollo y Control Social para los temas de servicios públicos

### **OPINAN PROGRAMA:**

En esta sección se le preguntó a la comunidad cómo recibieron este espacio televisivo, creado por la alcaldía municipal en cabeza del doctor Luis Francisco Bohórquez con el fin de conocer los barrios de la ciudad.

En este punto fue pertinente indicar, que la estructura de algunas secciones se modificó con el fin de tener un mejor acercamiento y acogida entre la comunidad.

Las siguientes secciones se implementaron a partir del programa 13, junto con las anteriormente descritas:

### **TE VEO BIEN, TE VEO MAL:**

Este es un programa de la Alcaldía de Bucaramanga, el cual buscó transformar los hábitos negativos de los ciudadanos en positivos en materia de movilidad, seguridad y espacio público. Fue un sondeo que se realizó a la comunidad donde ella misma reconocía e identificaba las actitudes y comportamientos con los cuales se veían bien o mal, por ejemplo:

Te Veo Mal:

- Cuando tomas el bus por fuera de la parada.
- Cuando cruzas la vía atravesando el tráfico vehicular (Multa \$46.868.00).
- Cuando no cumples las normas de convivencia ciudadana.

Te veo bien:

- Cuando tomas el bus en la parada
- Cuando cruzas la vía por esquinas, cebras, pasos y puentes peatonales
- Cuando no arrojas residuos sólidos a la calle.
- Cuando cumples las normas de convivencia ciudadana.
- Cuando te regulas y ayudas a regular a los demás.

### **QUÉ ESTÁ HACIENDO LA ALCALDÍA:**

Fueron noticias referentes a las actividades realizadas en los barrios por parte de la Alcaldía, para dar a conocer cómo avanzaban los proyectos y programas de la administración municipal.

Este material se consiguió en la oficina de prensa de la alcaldía. Las secretarías que participaron fueron las siguientes:

- Secretaría de Salud: Claudia Mercedes Amaya
- Secretaría de Gobierno: René Garzón
- Secretaría de Desarrollo Social: Martha Lucía Oliveros
- Secretaría de Infraestructura: Clemente León
- Primera Dama: Glenys Pedraza
- IMCT: Henry Armando Carrizales
- Metrolínea: Jaime Rodríguez Ballesteros

### **LA ALCALDÍA LO ORIENTA:**

Fue un espacio, donde un habitante del barrio manifestó una inquietud respecto a cómo hacer trámites ante la alcaldía o peticiones sobre asuntos de interés y problemáticas, con posterioridad a ello, se buscó a algún funcionario de la Alcaldía quien lo orientó al respecto.



## **EN QUÉ ANDA LA JUNTA DE ACCIÓN COMUNAL:**

Fue un espacio de participación de los líderes comunales quienes dieron a conocer las últimas actividades y gestiones que realizó la junta de acción comunal en pro del desarrollo del barrio. Se entrevistó al presidente de la junta o cualquier otro miembro.

## **INFÓRMATE:**

En esta sección se dieron a conocer las diferentes gestiones o acciones que adelantó la alcaldía para satisfacer las necesidades, sociales, económicas, ambientales y culturales de la ciudad de Bucaramanga.

En este punto, es pertinente indicar que el orden del programa fue el siguiente:

-Se iniciaba con la presentación del barrio donde se daba la bienvenida al programa con un dato histórico o curioso. La presentación se realizaba en sitios representativos como la iglesia, el salón comunal, monumentos, parques, entre otros lugares.

-Posteriormente, se pasaba al clip barrio, en este se daba a conocer la ubicación geográfica del barrio, el número de habitantes, lugares representativos, estrato económico, además, se hacían pases en cámara, es decir la presentadora aparecía en plano delante del lugar al cual en ese momento se estaba haciendo referencia, esto con el propósito de hacer el programa más interactivo, ya que en muchas ocasiones no se encontraban las personas apropiadas para que hablaran de cada uno de los sitios nombrados, es por ello que se hacía solo con voz en off.

-Se continuaba con la sección “historia” donde se hacía la presentación de este bloque correspondiente y posteriormente entraba la cortinilla adecuada, al finalizar la nota se mandaban a unos mensajes institucionales, seguido de Te veo bien, Te veo mal.

-Luego, iba “Qué está haciendo la Alcaldía” donde primero se hacía la presentación de esta nota y luego entraba la cortinilla correspondiente.

-Después, entraba “Qué está haciendo la Junta de Acción Comunal” con su presentación correspondiente y su cortinilla, una vez finalizada la nota se enviaba a unos mensajes institucionales.

-Después de los mensajes institucionales, se iniciaba con la nota emprendedor o talento, o en tal caso se enviaban las dos notas, una seguida de la otra con su presentación y cortinilla correspondiente.

-Seguidamente, entraba la “Alcaldía lo orienta” sin presentación y únicamente con su cortinilla.

-Se proseguía con “Infórmate” sin presentación y solamente con su cortinilla.

-Finalmente, se daba paso a la opinión de los habitantes sobre el programa Bucaramanga una sola ciudad un sólo corazón, ésta nota llevaba su presentación y cortinilla correspondiente.

Después de realizar la reportería de cada una de las secciones y buscar las fuentes oficiales correspondientes, el paso a seguir fue la redacción de las notas periodísticas, crónicas, editoriales entre otras, además de grabar la voz en off y realizar la tabla de continuidad que posteriormente se le entregaba al editor.

### **Tabla de Continuidad**

1	CLIP BARRIO	5'48
2	HISTORIA.	2'52
3	PAUSA INSTITUCIONAL	3'13
4	TE VEO BIEN TE VEO MAL.	2'00
5	QUÉ ESTÁ HACIENDO LA ALCALDÍA.	2:35
6	EN QUÉ ANDA LA JUNTA DE ACCIÓN COMUNAL.	3:06
7	PAUSA INSTITUCIONAL	3'13
8	TALENTO	2'30
9	LA ALCALDÍA LO ORIENTA.	1'50
10	INFÓRMATE	2'00
11	OPINAN PROGRAMA.	1'00

**Tabla No.2:** Continuidad de los programas Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón.

En la Posproducción el procedimiento a seguir era descargar todo el material grabado, para luego seleccionar los fulles de cada una de las notas. Además se le indicaba al editor los créditos correspondientes a las personas entrevistadas y se le señalaba dónde iba cada una de las imágenes capturadas. Antes de quemar el producto final se revisaba nuevamente todo el programa de tal modo que cumpliera con la estructura planteada. Finalmente los 18 programas eran entregados a las 12 parabólicas de la ciudad de Bucaramanga.

Aquí conviene señalar que se realizó un informe descriptivo en el cual se plasmaba toda la información y explicación de cada una de las notas que se desarrollaron en las 18 comunas de Bucaramanga. (Ver anexo G).

Cabe resaltar que esta metodología implementada fue la misma para los 18 programas ejecutados.

CRONOGRAMA										
	ACTIVIDADES	CRONOGRAMA								COSTO TOTAL
		DURACIÓN (Semanas)	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	
<b>o.1</b>	<b>Objetivo 1: Identificar dentro de las comunas de Bucaramanga, grupos o personas talentosas que puedan destacarse por sus habilidades, para realizar crónicas, entrevistas, entre otras.</b>									
1	Establecer contacto con los líderes comunitarios y presidentes de juntas de acción comunal, para que nos faciliten el acercamiento con la comunidad.									
2	Investigación Periodística									
3	Dirigirse a las comunas para seleccionar a las jóvenes.									
4	• Observar los perfiles de los jóvenes con el fin de seleccionar los más acordes con el proyecto.									
<b>o.2</b>	<b>Objetivo 2: Producir 18 programas audiovisuales, en las diferentes comunas de Bucaramanga, en el cual se narren historias de sus habitantes más destacados en lo artístico, servicio social, convivencia, entre otros.</b>									
1	Investigar en las comunas las problemáticas y realidades sociales que existan al interior de ella.									
2	Realizar las secciones que comprende el programa que se llevara a cabo en las 17 comunas de Bucaramanga..									
3	Realizar notas periodísticas mediante un trabajo de reportería.									

o.3	<b>Objetivo 3: Crear una cuenta en las redes sociales como Facebook y YouTube, siguiendo la filosofía u objetivos del proyecto "Bucaramanga, una sola ciudad, un solo corazón", para tener una mayor interacción con la audiencia.</b>																										
1	Crear un grupo en Facebook y una cuenta en YouTube con la información del grupo y del proyecto.																										
2	• Mantener actualizada las cuentas en YouTube y Facebook con los programas audiovisuales del proyecto "Bucaramanga, una sola ciudad, un solo corazón".																										
0.4	<b>objetivo 4: Generar canales alternativos de difusión del programa para que logre su impacto más allá de su primera emisión por pantalla televisiva.</b>																										
1	Generar canales alternativos de difusión del programa para que logre su impacto más allá de su primera emisión por pantalla televisiva.																										

## PROPUESTA ESTRATÉGICA

La propuesta estratégica que se llevó a cabo durante el desarrollo de la pasantía en el proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón”, corresponde a la identificación de personas talentosas que se puedan destacar por sus habilidades, además de realizar productos audiovisuales donde presenten sus historias y problemas que se viven al interior de su comunidad. De igual forma, se crearon cuentas en las redes sociales como Facebook y YouTube con el nombre “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón”, con el objetivo de establecer contacto directo con los habitantes de los diferentes barrios. Lo anterior, se llevó a cabo durante la pasantía.

### ACTIVIDADES FUNDAMENTALES REALIZADAS DURANTE LA PASANTÍA:

Acorde al plan de trabajo establecido, se realizaron las siguientes actividades correspondientes a cada uno de los objetivos específicos:

- **Objetivo #1:** Identificar dentro de las comunas de Bucaramanga, grupos o personas talentosas que puedan destacarse por sus habilidades, para realizar crónicas, entrevistas, entre otras.

#### **Actividades:**

- Se estableció contacto con los diferentes líderes comunitarios y presidentes de juntas de acción comunal, para que nos faciliten el acercamiento con la comunidad. (Ver anexos A)

En esta actividad se contactaron 18 líderes de los diferentes barrios y comunas de la ciudad de Bucaramanga con el fin de facilitar el acercamiento con los protagonistas de cada una de las historias de los programas grabados.

<b>Líderes/Presidentes JAC</b>	<b>Barrios Grabados</b>
Freddy Caballero	Comuna 6 (San Miguel)
José Ramiro Sandoval	Comuna 13 (Las Américas, Álvarez y tejados)
Eduar Ariel Osorio	Comuna 8 (San Gerardo)
Carlos Eduardo Russi	Comuna 5 (Campo Hermoso)
Oscar Arturo Salazar	Comuna 4 (Santander)
Luz Marina Rivero	Comuna 11 (Toledo Plata)
Edgar Castillo	Comuna 10 (Provenza)
Edelmira Méndez	Comuna 9 (La Libertad)
Nelson Mantilla	Comuna 1 (Colorados)
John Jairo Utrera	Comuna 9 (San Martín)
Santos Castro	Comuna 11 (Los Conquistadores)
María Helena Flórez	Comuna 6 (La Concordia)
Ligia Díaz	Comuna 10 (Diamante II)
Rigoberto Olarte	Comuna 15 (El Centro)
Clara Inés García	Comuna 13 (Antonia Santos)
Salvador Ramírez	Comuna 9 (Nueva Granada)
Octavio Cordero	Comuna 3 (La Universidad)
Jorge Rodríguez Cadena	Comuna 17 (Estoraques I)

- Se hizo investigación periodística (Ver anexos B)

Después de establecer comunicación con el líder comunitario, se dirigía hacia el barrio seleccionado a hacer trabajo de campo y reportería que consistía en conocer el territorio, la población, sus habitantes, las necesidades existentes, gente talentosa, emprendedora, problemáticas sociales, ambientales, todo esto con el fin de llevar un cronograma que permitiera la organización del tiempo, el espacio, y las locaciones para el día de la grabación.

- Se dirigió a las comunas para seleccionar a los jóvenes. (Ver anexos C)
- Se observaron los perfiles de los jóvenes con el fin de seleccionar los más acordes con el proyecto. (Ver anexos D)

Una vez realizado el contacto con los Presidentes de las juntas de acción comunal de los barrios de Bucaramanga, se llevó a cabo la identificación de grupos talentosos, personas que se destacaron por sus habilidades artísticas, deportivas, musicales, entre otras. En este caso se inició con la comuna 6 que corresponde al barrio San Miguel. Posteriormente, se estableció un diálogo con los habitantes que participaron en el primer programa “Bucaramanga una sola ciudad un sólo corazón”, que se explicará más adelante.

Luego de establecer una comunicación amena entre el comunicador y la población civil, se empezó a hacer uso de la herramienta del video. En el primer Programa se narró la historia de Wilmer un joven Bumangués de tan sólo 19 años que padece de retinosis pigmentaria, una enfermedad genética y hereditaria, cuya consecuencia es una gran disminución de la visión debido a la muerte progresiva de las células oculares y que en muchos casos, conduce a la ceguera.

Este joven a pesar de su discapacidad supo sobrellevar el rechazo por parte de la sociedad. En el trabajo de reportería se realizó una entrevista previa con Wilmer Bermúdez donde se le preguntaron aspectos como ¿Su enfermedad es de nacimiento o es consecuencia de algún accidente?, ¿Cómo ha sido el proceso de adaptación?, entre otras. El líder comunitario también nos facilitó el acercamiento con la familia de este joven donde se le realizaron preguntas para conocer datos más concretos referentes a la vida personal de Wilmer.

Al finalizar la investigación, las entrevistas, la reportería de esta crónica, se llegó luego a la posproducción es decir la edición donde se hacen los respectivos



ajustes técnicos, de luz, audio entre otros, para así, emitir eficazmente por las parabólicas el producto final de este punto.

Otra producción audiovisual que se llevó a cabo en esta comuna 6, fue la realización de una nota periodística al presidente de la JAC, Freddy Caballero del barrio San Gerardo, donde se resaltó el compromiso hacia la comunidad. Freddy durante su entrevista contó de dónde nace la iniciativa de ser líder de esta población.

Al finalizar la investigación, las entrevistas, la reportería de esta nota periodística, se llegó luego a la posproducción es decir la edición donde se hicieron los respectivos ajustes técnicos, de luz, audio entre otros, pasa así, emitir eficazmente por las parabólicas el producto final de este punto.

También se realizó, una nota periodística al grupo de la tercera edad denominado Club Amigos Felices, el cual hace parte de la sección Emprendedores y se realizó con el fin de resaltar la disposición y voluntad que demuestran a diario estas señoras. Al igual que con las notas anteriores, se estableció un contacto directo donde se le realizó una entrevista relacionada con el ¿Por qué la iniciativa de conformar el grupo?, ¿qué actividades realizan a diario?, ¿Qué importancia tiene crear este grupo de la tercera edad?, entre otras.

Al finalizar la investigación, las entrevistas, la reportería de esta crónica, se llegó luego a la posproducción es decir la edición donde se hacen los respectivos ajustes técnicos, de luz, audio entre otros, pasa así, emitir eficazmente por las parabólicas el producto final de este punto.

De igual manera, dentro de la sección Emprendedores y durante el recorrido por el barrio San Miguel, se logró tener contacto con Diana Mantilla, gracias a la gestión del presidente de la JAC. Se realizó una nota periodística donde se dio a conocer ese espíritu emprendedor de la familia Mantilla Suárez, durante la entrevista Diana nos contó que su empresa estaba dedicada a la fabricación de calzado y se logró construir gracias al esfuerzo, dedicación y sacrificio de don Pedro Mantilla un hombre visionario que inició como remontador, pero que gracias a ese espíritu emprendedor, su empresa hoy en día está constituida como una de las mejores en el sector.

Al finalizar la investigación, las entrevistas, la reportería de esta nota periodística, se llegó luego a la posproducción es decir la edición donde se hacen los

respectivos ajustes técnicos, de luz, audio entre otros, pasa así, emitir eficazmente por las parabólicas el producto final de este punto.

Dentro del programa Bucaramanga una sola ciudad un sólo corazón, hay una sección denominada “nota ambiental”, en ella, los habitantes dan a conocer la problemática que los esté afectando ambientalmente y la entidad correspondiente de la Alcaldía Municipal de Bucaramanga da respuesta generando una posible solución.

En el barrio San Miguel, comuna 6 los habitantes se quejaron porque entre la calle 50 y 53 con carrera 15 hay casas abandonadas y se han convertido en un problema de orden ambiental, pues manifestaron su desconcierto e intranquilidad por la situación que los ha afectado durante más de 8 años. El líder comunitario, nos facilitó el acercamiento con las personas involucradas para realizar una serie de preguntas. Durante la entrevista se le preguntó ¿Cuál es el problema ambiental que lo está afectando?, ¿De qué manera se ven involucrados?, ¿Cuál es la petición que tiene para el señor alcalde Luis Francisco Bohórquez?, entre otras.

Para dar una pronta solución a la petición de los habitantes del barrio San Miguel se dirigió a la Alcaldía municipal de Bucaramanga, durante la visita a la entidad respectiva, se entrevistó a Clemente León Secretario de Infraestructura quien manifestó las soluciones para mejorar y así garantizar el bienestar a los habitantes

Al finalizar la investigación, las entrevistas, la reportería de esta nota periodística, se llegó luego a la posproducción es decir la edición donde se hacen los respectivos ajustes técnicos, de luz, audio entre otros, pasa así, emitir eficazmente por las parabólicas el producto final de este punto.

Es importante resaltar, que este es el proceso que se realizó en los 18 programas de Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón.

**OBJETIVO # 2:** Producir 18 programas audiovisuales, en las diferentes comunas de Bucaramanga, en los cual se narren historias de sus habitantes más destacados en lo artístico, servicio social, convivencia, entre otros.

**Actividades:**

- Se investigaron en las comunas las problemáticas y realidades sociales que existan al interior de ella. (Ver anexos E).

Durante el recorrido por los diferentes barrios de Bucaramanga se lograron encontrar necesidades y problemáticas sociales tales como:

- Drogadicción y alcoholismo
- Problemas ambientales (Erosión, contaminación, proliferación de mosquitos, sitios no adecuados para el residuo de basuras entre otros)
- Calles y parques infantiles en mal estado.
- Falta de conciencia ciudadana.

Cada una de estas necesidades y problemáticas se narró a través de la imagen.

- Se realizaron las secciones que comprende el programa que se llevó a cabo en las 17 comunas de Bucaramanga. (Ver Anexos F)

Una vez identificadas las necesidades, talentos, problemáticas de cada uno de los barrios, se empezaron a realizar las secciones implementadas durante los 18 programas.

Las cortinillas se caracterizaban por tonalidades de rojos ya que se identificaba con los colores representativos de la alcaldía de Bucaramanga. Las secciones son las explicadas anteriormente.

- Se redactaron notas periodísticas mediante un trabajo de reportería. (Ver anexos G)

Se redactaron 144 notas con diferentes estilos periodísticos como crónicas, reportajes, notas periodísticas entre otros.

**Objetivo #3:** Crear una cuenta en las redes sociales como Facebook y YouTube, siguiendo la filosofía u objetivos del proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón”, para tener una mayor interacción con la audiencia.

- Se creó un grupo en Facebook y una cuenta en YouTube con la información del grupo y del proyecto. (Ver anexos H)
- Se actualizó la cuenta y grupo en YouTube y Facebook con los programas audiovisuales del proyecto “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón”. (Ver anexos I)

Teniendo en cuenta, la importancia de la implementación de las nuevas tecnologías en las empresas u organizaciones para dar a conocer o promocionar sus productos, se vio la necesidad de crear cuentas en las redes sociales como Facebook y YouTube como herramientas digitales que nos permitan tener un contacto creativo interactivo con los usuarios de estas redes.

Con base en lo anterior, se crea un grupo en Facebook con el nombre de “Bucaramanga, una sola ciudad, un sólo corazón”, con el fin de publicar información, fotografías y videos de los programas de Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón, de tal manera que permita tener un canal alternativo de comunicación y retroalimentación con la población que participa del programa realizado en la comunidad. Para la creación del grupo en Facebook se realizaron los siguientes pasos:

-Ingresar a [www.facebook.com](http://www.facebook.com)

-Ingresar con mi cuenta de Facebook, anteriormente registrada.

-Una vez se esté en Facebook se va a la aplicación crear grupo y seguir las indicaciones pertinentes.

-Luego de crear el grupo se invita a la población a que participe de éste.

-Finalmente se estuvo actualizando el grupo con los programas emitidos.

Así mismo, se adquirió una cuenta en YouTube, con el objetivo de subir todos los programas realizados en las 17 comunas de Bucaramanga a este portal, para ello se llevó a cabo lo siguiente:

-Se adquirió una cuenta en gmail con el nombre de Bucaramanga, una sola ciudad un sólo corazón @gamial.com.

-Luego de este paso, se subieron los programas realizados, para posteriormente pegar el link en el grupo Facebook y de esta manera estar presente en YouTube como en Facebook. (Ver anexos J)

**Objetivo #4:** Generar canales alternativos de difusión del programa para que logre su impacto más allá de su primera emisión por pantalla televisiva. (Ver anexos K)

- Se realizó un diagnóstico de los canales alternativos que existen en las comunas.

Una vez terminado el programa de Bucaramanga una sola ciudad un sólo corazón se entrega el producto televisivo al líder en primera instancia, para que sea quien revise el programa y a la vez se publican en las páginas de la alcaldía de Bucaramanga para que analicen el formato y den sus puntos de vista al respecto.

De igual manera, se emitieron los 18 programas por las 12 parabólicas de Bucaramanga (ACOTEVECOM, ARCOTS T.V, PARAPROFON, Asociación Cívica del barrio La Aurora, TEVE.COM, APABARO, ASAPARABOL, ATERECO T.V, TELEUNIÓN, ASPIDIASAN TV SUR Y ACOAPACOS), además, algunas notas fueron seleccionadas para ser transmitidas por el canal regional TRO, en el programa de las 8.

## RESULTADOS

De acuerdo a las acciones desarrolladas en la Productora y Comercializadora E.U Comprovisión, se lograron evidenciar:

- A través de la investigación y del trabajo de campo realizado se logró identificar dentro de las comunas de Bucaramanga a personas con talentos musicales, deportivos, artísticos, lo que permitió destacar sus habilidades y darlos a conocer no sólo en su comunidad, sino también en los diferentes barrios de Bucaramanga.
- Los 18 productos audiovisuales elaborados en las diferentes comunas permitieron recopilar información para la creación de la memoria colectiva sobre la historia de cada uno de los barrios, sus necesidades, sus problemáticas sociales, económicas, ambientales, culturales y deportivas. De igual forma, este proyecto posibilitó establecer un contacto más directo entre el ente gubernamental (Alcaldía Municipal de Bucaramanga) y la población civil, con el fin de trabajar mancomunadamente por el bienestar y el desarrollo de sus habitantes.
- La implementación de las herramientas de la Web 2.0, en el programa Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón logró establecer un contacto directo con las personas que lo seguían y de esta manera estar informados sobre el proyecto.
- Se lograron transmitir los 18 programas de Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón por las doce parabólicas, además, algunas notas trascendieron para ser transmitidas por el canal regional TRO. Así mismo, el producto final se le entregó al líder en primera instancia, lo que permitió una retroalimentación directa con la comunidad.

## CONCLUSIONES

La realización de la pasantía en la Productora y Comercializadora Comprovison E.U. en el proyecto Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón permite concluir que la comunicación es un elemento clave para cualquier proyecto que se emprenda ya que a través de ella se fortalecen conocimientos, actitudes y prácticas que se dan entre el ente gubernamental y la población civil. Además, cabe señalar que la comunicación participativa desempeñó un papel importante, en la medida que los habitantes de cada una de las comunas se apropiaron y vieron la pertinencia de ser partícipes en este tipo de programas donde el resultado no es lo primordial sino el proceso.

Así mismo, cabe concluir, que los medios audiovisuales son una herramienta eficaz que le permitió a la comunidad contar con sus propias palabras, por medio de las imágenes historias, hechos y realidades sociales, que viven en su población a través de reportajes, crónicas, notas, entre otros estilos narrativos. De igual forma, son instrumentos que les facilitó narrar sus propias experiencias, conocimientos, necesidades y esperanzas desde su propio punto de vista.



## **RECOMENDACIONES**

De acuerdo con el desarrollo de la pasantía y la experiencia adquirida en la misma, la principal recomendación que surge de este proceso, es darle continuidad al proyecto Bucaramanga una sola ciudad, un sólo corazón y de esta manera lograr lo que en él se plantea.

Así mismo, es necesaria la figura del Comunicador Social-Periodista en toda organización para que ejecute y desarrolle acciones y/o estrategias comunicativas que permitan el funcionamiento y desarrollo de cualquier empresa, en este caso Comprovisión.

A la Universidad Pontificia Bolivariana se recomienda fortalecer una línea de televisión comunitaria, en el cual los jóvenes tengan un mayor acercamiento a éste componente comunicativo.

## BIBLIOGRAFÍA

- ADAME, Antonio. Medios de audiovisuales en el aula. (Online) En: Revistad. No, 19 junio del 2009. Citado el 6 de septiembre. Disponible en: [http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod\\_ense/revista/pdf/Numero\\_19/ANTONIO\\_ADAME\\_TOMAS01.pdf](http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod_ense/revista/pdf/Numero_19/ANTONIO_ADAME_TOMAS01.pdf)
- ANGULO, Lizandro y ZABALETA, Iñaki. "Cinco estrategias para un modelo de televisión comunitaria: una perspectiva desde la experiencia colombiana", 2008. p 3. Documento Electrónico.
- APARICI, Roberto. La Revolución de los medios Audiovisuales, Educación y nuevas Tecnologías. Ediciones de la Torre, Madrid 993. Pág. 27-52.
- CELAYA, Javier. La empresa en la web 2.0. El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación online en la estrategia empresarial. Editorial grupo planeta. Barcelona, 2011. Pág. 13-315.
- COBO, Juan Cristóbal. El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento. (Online) En: Base de Datos EBSCO. Zer: Revista de Estudios de Comunicación; nov2009, Vol. 14 Issue 27, p295-318. Citado el 4 de septiembre del 2012. Disponible en: <http://ehis.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=7cbf13e1-36fa-4a7f-a093-68628d155aad%40sessionmgr13&vid=11&hid=1>
- FERNANDEZ, Edgar. Géneros periodísticos de televisión. . (Online. En: Capítulo 2. Citado el 5 de septiembre de 2012. Disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/444/4/Capitulo2.pdf>
- GONZALEZ, Jorge. Televisión y comunicación, un enfoque teórico-práctico. Editorial Logman de México Editores, S.A. De C.V. México 1994. Pág. 17-255.
- GUMUCIO, Alfonso. Haciendo Olas, Historias de comunicación participativa para el cambio social. Plural Editores. La Paz Bolivia 2001. Pág. 209-2015.
- MARTINEZ, José Luis. Curso general de Redacción Periodística. Editorial Paraninfo S.A. Madrid España 1989.

-SCUORZO, Herbet E. Manual Práctico de Medios Audiovisuales. Editorial Kapelusz, S.A. Buenos Aires 1970. Pág. 9-253.