

**FORTALECIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL CONGLOMERADO DE  
MEDIOS DE REMAR ESPAÑA EN GENERACIÓN DE CONTENIDOS PARA  
TELEVISIÓN Y PLATAFORMAS VIRTUALES**

**LAURA DANIELA SEDANO VALDIVIESO**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO  
BUCARAMANGA  
2018**

**FORTALECIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL CONGLOMERADO DE  
MEDIOS DE REMAR ESPAÑA EN GENERACIÓN DE CONTENIDOS PARA  
TELEVISIÓN Y PLATAFORMAS VIRTUALES**

**LAURA DANIELA SEDANO VALDIVIESO**  
Trabajo de servicio social para optar por el título de  
Comunicador(a) Social – Periodista

**Supervisor**  
**MG. HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA**  
**COMUNICADOR SOCIAL – PERIODISTA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**  
**ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO**  
**BUCARAMANGA**  
**2018**

## **DEDICATORIA**

A mis padres, el tesoro que DIOS me concedió, quienes impactan mi vida de forma positiva, logran centrarme y hacerme reaccionar cuando lo requiero, a ellos, no me cansaré de reconocerles su constante instrucción, tanto amor, cuidado, incondicionalidad y calidad de vida.

A ustedes, con inmenso amor y gratitud, les dedico este triunfo.

## **AGRADECIMIENTOS**

A DIOS, primeramente, por ser mi diseñador, dotarme de talentos, habilidades, capacidades, cualidades y virtudes, y por supuesto, darme el privilegio de ser hija de Jaime Sedano Ariza y Lucila Valdivieso Rueda, padres maravillosos, esforzados, valientes y sabios consejeros.

A Eduardo, Katherine, Nicole, Whitney y Fernando, mis preciosos hermanos, los autores de gran parte de mi inspiración, quienes me alientan a ser mejor.

A Leila Valdivieso y Carlos Baladrón, que ocupan un espacio especial en mi vida y me dieron cabida en sus corazones e hicieron de su hogar, el mío.

A Karen Campos, Natalia Dávila, Rudy Bajurto, Karolina Uribe y Vanesa Guerrero, amigos que son para mí, familia.

A los docentes que aportaron a mi desarrollo profesional, al departamento de promoción académica UPB que contribuyó a mi desempeño laboral y a mis compañeros líderes "Úntate".

Finalmente, a Remar, por permitirme servir como voluntaria en Solidaria Media y demás áreas de labor social en España.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>Introducción</b>	<b>9</b>
<b>1. Contexto institucional</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Solidaria Media</b>	<b>12</b>
<b>1.2 Antecedentes en comunicación</b>	<b>13</b>
<b>1.2 Referentes de comunicación</b>	<b>14</b>
<b>2. Estructura organizacional</b>	<b>22</b>
<b>A. Misión</b>	<b>22</b>
<b>B. Visión</b>	<b>22</b>
<b>C. Principios y valores</b>	<b>23</b>
<b>3. Objetivo general</b>	<b>25</b>
<b>3.1 Objetivos específicos</b>	<b>25</b>
<b>3.2 Cronograma de actividades</b>	<b>25</b>
<b>4. Informe del desarrollo de los objetivos</b>	<b>37</b>
<b>4.1 Web</b>	<b>37</b>
<b>4.2 Medios de comunicación: Solidaria Media</b>	<b>41</b>
<b>4.2.1 Solidaria Tv</b>	<b>41</b>
<b>4.2.2 Visual 777 producciones</b>	<b>42</b>
<b>4.3 Parrilla de programación</b>	<b>45</b>
<b>4.4 Estructuración de contenido escrito y técnico para televisión Parrilla</b>	<b>47</b>
<b>4.5 Contenido escrito para producción audiovisual</b>	<b>56</b>
<b>4.5.1 Taller preparatorio: Comercial de integridad y campaña contra el VIH/Sida</b>	<b>56</b>
<b>4.6 Actividades extraordinarias</b>	<b>63</b>
<b>4.6.1 Campañas</b>	<b>63</b>
<b>4.6.2 Radio</b>	<b>63</b>

<b>4.6.3 Televisión</b>	<b>64</b>
<b>4.6.4 Taller de comunicación, publicidad y fotografía</b>	<b>66</b>
<b>4.7 Estructura de roles</b>	<b>68</b>
<b>4.8 Estructura taller de comunicación, fotografía y publicidad</b>	<b>70</b>
<b>4.8.1 Taller de comunicación</b>	<b>72</b>
<b>4.8.2 Taller de redacción</b>	<b>73</b>
<b>4.8.3 Taller de expresión oral y corporal</b>	<b>74</b>
<b>4.8.4 Taller de fotografía</b>	<b>74</b>
<b>4.8.5 Taller de publicidad</b>	<b>75</b>
<b>4.9 Estructura de contacto</b>	<b>77</b>
<b>5. Impacto esperado</b>	<b>78</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>79</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>81</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>82</b>
<b>Webgrafía</b>	<b>83</b>
<b>Anexos</b>	<b>87</b>

## **RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** FORTALECIMIENTO Y ACOMPAÑAMIENTO AL CONGLOMERADO DE MEDIOS DE REMAR ESPAÑA EN GENERACIÓN DE CONTENIDOS PARA TELEVISIÓN Y PLATAFORMAS VIRTUALES

**AUTOR(ES):** LAURA DANIELA SEDANO VALDIVIESO

**PROGRAMA:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

### **RESUMEN**

La comunicación como unidad fundamental de la sociedad, para fortalecer procesos e incorporar estrategias en las organizaciones, siendo éstas, técnicas y/o actividades que faciliten el cumplimiento de los objetivos planteados. De hecho, el objetivo de este trabajo de grado en modalidad: servicio social, es la generación de contenidos mediáticos para fortalecer la producción audiovisual de Solidaria Media como conglomerado de medios en Remar España y lograr una alineación en procesos. Inicialmente se realizó un análisis situacional de la comunicación, para sugerir planes de mejoras en la producción y posteriormente, elaborar y establecer planes de producción, asimismo, instruir al personal, capacitarlo, para que los productos audiovisuales lleguen a un buen término. Teniendo en cuenta la importancia del multimedia, la televisión como el medio básico de comunicación que propaga valores y los medios digitales "alternativos" al servicio de causas sociales, para generar impacto.

### **PALABRAS CLAVE:**

COMUNICACIÓN, TELEVISIÓN, MEDIOS DIGITALES, CONTENIDO MEDIÁTICO, SERVICIO SOCIAL, SOLIDARIA MEDIA

**V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## **GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

**TITLE:** STRENGTHENING AND ACCOMPANYING TO CONGLOMERATE MEDIA OF REMAR SPAIN IN THE GENERATION OF CONTENT FOR TELEVISION AND VIRTUAL PLATFORMS

**AUTHOR(S):** LAURA DANIELA SEDANO VALDIVIESO

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR:** HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

### **ABSTRACT**

Communication as a fundamental unit of society, to strengthen processes and to incorporate strategies in organizations, being these, techniques and / or activities that facilitate the fulfilment of the proposed objectives. In fact, the objective of this degree of work in modality: social service, it's the generation of media content to strengthen the production of audio visual of Solidaria Media as a conglomerate of media in Remar Spain and to achieve an alignment in the processes. Initially a situational analysis in communication was carried out, to suggest plans of improvement in the production and later, to elaborate and to establish plans of production, also, to train the personnel, to train them, so that the audiovisual products can reach as a good final piece. Taking into account the importance of multimedia, television as the basic means of communication that propagates values and "alternative" digital media at the service of social causes, to generate impact.

### **KEYWORDS:**

COMMUNICATION, TELEVISION, DIGITAL MEDIA, MEDIA CONTENT, SOCIAL SERVICE, SOLIDARIA MEDIA.

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**



## INTRODUCCIÓN

Hoy la comunicación es contemplada como unidad fundamental en la sociedad, por lo que es de gran importancia que a ésta se le dé su respectivo lugar en cualquier entidad, que se incorporen estrategias que logren fortalecer procesos, de modo que éstas se lleven a cabo de forma verídica, mediante la vinculación de todas las partes que la conforman.

Es así como REMAR ESPAÑA, a partir de la implementación de un plan estratégico de comunicación, se dispone a asumir un proceso en el que el factor comunicación es un eje transversal que debe estar orientado a ajustar la relación entre los distintos medios de comunicación con que cuentan y sus públicos, en especial, la generación de contenidos mediáticos para fortalecer la producción audiovisual del conglomerado de medios: Solidaria media, en REMAR España.

De hecho, para lograr un contenido comunicativo de corte informativo es necesario en primera instancia, indagar sobre el tema en concreto, realizar tomas y hacer entrevistas pertinentes para el mismo, y así, alcanzar una alineación de procesos, con el fin, de garantizar el éxito de éstos.

De modo que este documento presenta inicialmente un análisis situacional de la comunicación en función de la propuesta establecida, el cual, se justificará en respuesta al por qué la organización debe poner en marcha el plan y todo lo que esto implicaría en la misma.

El cómo puede estar los medios digitales “alternativos” al servicio de causas sociales y la capacidad de impacto que estos tienen, al ser un sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información, el qué pasa, dónde, cuándo y por qué, qué podemos o no ver, y ser, por tanto, el sistema conector interactivo del conjunto del sistema multimedia.

## 1. Contexto institucional

Hace treinta años, se constituyó REMAR como una Organización No Gubernamental de Desarrollo (ONGD), para ser respuesta a problemáticas sociales, promover cambios positivos y aportar ayuda material, moral, cultural y espiritual a personas rechazadas.

Esta es una organización que ve un poco más allá de sí, de hecho, quienes la conforman se han desacomodado de su privilegiada situación personal y familiar, para acomodar a aquellos que se hallan en situaciones adversas, practicando a diario el mandato bíblico: “Dar de comer al hambriento, vestir al desnudo, visitar al preso y al enfermo, y hacer misericordia con el necesitado”.

Miguel Díez, es el presidente y junto a su esposa M<sup>a</sup> Carmen Jiménez y sus cuñados, Javier y Ángel, fundadores de esta obra solidaria, ellos, abrieron el primer centro de rehabilitación en Mendiola y desde entonces, otros más como el centro de mujeres en Pangua, de hecho, actualmente son 17 asociaciones en España y más de 40 en otros países.

Empresas de limpieza, reciclaje, supermercados y rastros o tiendas de segunda mano, fueron creadas para el sostenimiento de esta obra social, de hecho, el equipo humano de éstas, son voluntarios de diversas regiones del mundo, que ofrecen sus servicios en los trabajos que se efectúan, gratuitamente.

Cabe destacar que la mayoría de los ingresos que se recibe por dichos trabajos es para asistir a jóvenes afectados por drogadicción, también, subsanadas económicamente, mediante cesiones de propiedades concedidas, con las que se puede mejorar la calidad, capacidad y asistencia de los beneficiarios.

Esta ONGD en el fondo incita a ser parte de una cadena de favores, pues aquellos que sienten gratitud por la ayuda recibida, ser rehabilitados, deciden quedarse a trabajar en beneficio de otros, a través de servicios como la asistencia y seguimiento a personas en centros penitenciarios, cumplimiento de condenas y prisiones preventivas.

Especialmente, en lugares que ocupan en el ranking de pobreza del mundo, las más altas posiciones, de modo que es pertinente mantener y fortalecer actividades propias, seguir facilitando medios a los menos favorecidos, mediante

el envío de contenedores con ayuda humanitaria, alimentos, ropas, maquinaria de todo tipo, para preparar talleres, montar colegios, centros médicos, comedores sociales, etc.

Todo ello, con la expectativa de continuar gestando mejoras, que muchos más alcancen posiciones personales idóneas en la sociedad y poder conseguir que la justicia impere en un mundo, que, como consecuencia de la lucha por alcanzar mayores beneficios, no se detiene a considerar la magnitud de necesidades básicas que va generando a su alrededor.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> REMAR, Historia de Remar. [en línea]. Acerca de Remar (citado el 23 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://remar.org/acerca-de-remar/historia-de-remar>

## 1.1 Solidaria Media

Al ser Remar una ONG, es decir, una organización que no cuenta con recursos estatales, a la que el gobierno no le brinda ayuda de ninguna forma, tiene que hallar sus propios medios para autosostenerse y al crearse el área de medios audiovisuales para predicar el evangelio y llevar la palabra de DIOS a través de diferentes medios de comunicación, los gastos aumentan.

La instauración de un departamento de comunicaciones genera un sinnúmero de egresos que deben ser costeados, los equipos técnicos como cámaras profesionales, trípodes, luces, sonido (micrófonos aéreos, dinámicos y de solapa, bafles, cables y otros), computadores, mobiliario para todo lo mencionado y otros tantos recursos tecnológicos requeridos para el óptimo funcionamiento de estos, en resumidas cuentas.

De hecho, Remar tiene a Solidaria Tv y Radio Solidaria como medios principales de comunicación, el primero, es transmitido en la TDT en el canal 25 (en HD y SD), también, programas emitidos por redes sociales en Facebook y canal de YouTube, la segunda, mediante las distintas frecuencias, y por supuesto, ambas a través de sus propias plataformas web: Solidaria TV (<http://es.solidariatv.co>) Radio Solidaria (<http://radiosolidaria.com>).

Contando éstos con distintos escenarios para preproducción, producción y postproducción de productos audiovisuales, tales como dos set de estudio de televisión, estudio de grabación musical, dos cabinas de radio (para emisión nacional y local), aula de edición de radio y televisión, y de material gráfico, depósito de equipos de producción audiovisual, salón de vestuario y maquillaje, y mobiliario para escenografía, en las oficinas que se hallan de Ajalvir a Daganzo y otros espacios en Carabanchel.

De modo que, en la búsqueda de obtener recursos para el sostenimiento de esta, crea a su vez: Visual 777 Producciones (<http://www.visual777.com>), una productora que ofrece servicios de comunicación, en espectáculos, por ejemplo, además, del alquiler de equipos, cuñas radiales, préstamo o contratación de sonido y/o adecuación del mismo en distintos eventos como conciertos, convenciones, conferencias, etc., préstamo de estudio de televisión y/o grabación musical, para vídeo clip, grabación de un disco, entre otros.

Asimismo, cuenta con un taller de imprenta, para imprimir todo el material gráfico elaborado, libros y publicidades de Remar, trípticos, dípticos, tarjetas de visita, posters, calendarios y demás papelería que se requiera, también, un taller de serigrafía, realizando rotulación de vehículos e impresión de lonas y vinilos, cartelería, estampado en camisas, gorras, chaquetas y otros elementos de publicidad y/o merchandising.

Allí mismo, es donde surge la creación de VisualPrint (<http://www.visualprint.es>), imprenta y serigrafía, para la producción de material impreso que diversas entidades requieran, en sí, se produce el material gráfico impreso necesario que una empresa solicite para publicidad y/o merchandising, dicho servicio con el mismo fin de Visual 777 Producciones, obtener ingresos.

Es así como la articulación de éstos, es decir, Solidaria Tv, Radio Solidaria, Visual 777 y VisualPrint, se resume en: Solidaria Media.

## **1.2 Antecedentes en comunicación**

De hecho, en esta dependencia de REMAR ESPAÑA hay antecedentes en cuanto a experiencias de comunicación desarrolladas, han contado con el apoyo de un profesional de comunicación, para redacción de textos y actualmente, hay uno de telecomunicaciones y otro, de publicidad.

Aunque todo lo que está publicado en las distintas plataformas virtuales, es producto o elaboración de personas sin conocimientos respecto a qué contenidos postear o la elaboración y publicación de material audiovisual, es decir, tanto de fotografías como de vídeos y demás puntos a estudiar, para llevar a cabo, y por supuesto, pertinentes al área de comunicación.

De modo que todo lo que en esta área de REMAR ESPAÑA se produce, es fruto de la constancia de cada una de las personas que allí laboran y se han esmerado por aprender mediante la praxis, la práctica constante de edición en los distintos programas como Final Cut Pro, Illustrator y otros, para la postproducción de contenido audiovisual o el diseño y demás, por ejemplo.

### 1.3 Referentes en comunicación

Ítems como los anteriormente mencionados en antecedentes en comunicación y para especificar, registro fotográfico, audiovisual, escrito y digital, entre otros como la publicidad, de igual forma, la preproducción, producción y si es el caso, postproducción de contenidos audiovisuales en cuanto a lo que esta ONG se dedica, en pro de la comunidad, como temática puntual para presentar por medio de las distintas plataformas virtuales, radiales y televisivas.

Respecto a ello, por ser un servicio social lo que esta ONG brinda, es que se puede hablar del deber generar una información pertinente, para que ésta a su vez, sea propagada como contenido comunicativo, es decir, como contenido que más allá de sólo informar al usuario, con todo lo que se presenta, le comunique y le aluda, ya sea una imagen, una infografía, un vídeo o cualquier adjunto que contenga la publicación, el vídeo u otro comunicado emitido.

Teniendo en cuenta que en esta época es evidente ciertas transformaciones en los lenguajes, los conocimientos y las habilidades cognitivas que se instauran, a partir de los procesos gestados en las nuevas herramientas del conocimiento, ya que hoy la información está al alcance de un clic.<sup>2</sup>

Partiendo del hecho de que este es un tiempo en el que la información se halla por doquier, se puede compartir, refutar y/o crear nuevos imaginarios a partir de las mismas, mejor llamada, La Era de la Información, según Mejía, porque los medios de comunicación han creado hábitos de consumo al establecer mensajes en los que su contenido logra, un cambio en el modo de pensar y de actuar, de forma que éste se estandariza en el mismo.

Mejía expone además, que estos abordajes “llevan a entender la comunicación como parte de un proceso de globalización, que ha conducido a una crisis de civilización, y en ese sentido, observar las relaciones educación-comunicación que va a significar la capacidad de entender el proceso de reestructuración Global de la sociedad y la manera en cómo el lenguaje digital entra a la sociedad, por ejemplo, primero, como un simple instrumento de la técnica y luego, como un reorganizador de imaginarios, conocimiento, y pensamiento”.

---

<sup>2</sup> MEJÍA, Marco Raúl. Las nuevas comunicaciones educativas: de lo escrito a lo digital. Revista Pedagogía y Saberes No. 6. 1995. Colombia. Pág. 39 – 48.

De hecho, la cita anterior enuncia que el sistema se encarga de organizar y estructurar a la sociedad, da cuenta de que la tecnología tiene el poder de transformar a través de la información que suministra, del contenido que facilita por diferentes medios y que a su vez, éstos pueden estar al alcance de todas las personas.

Hoy en día, la sociedad ha permitido esa accesibilidad y a medida que el ser humano crece, va adquiriendo distintos intereses, se cuestiona, indaga y toma conciencia respecto al uso que se le da a los instrumentos que le proporciona información, ya que algunos sí que saben aprovecharlos, les dan un buen uso y es justo ahí, donde se comienza una reorganización de imaginarios, conocimientos y pensamientos, se empieza a ver todo de un modo distinto, de una forma particular, aunque ésta, muchos otros también la visualicen con algunas características diferentes o en común.

De manera que no sólo se mira, sino que se analiza, generan nuevos conocimientos, estudian diferentes perspectivas, surgen nuevas lógicas y se interpretan diversos argumentos, porque se dispone de suficiente información como para llegar a lanzar una crítica a contenidos.

Todo lo anterior, partiendo de que, a través de la industria cultural, la comunicación se convierte en un elemento básico para la construcción de modernidad, pues nos encontramos frente al emerger de un nuevo entendimiento en donde ya no es lo informativo, sino más bien, lo comunicativo, visible como una forma de la actualidad, de una transformación profunda en los lenguajes empleados y en el entendimiento global de la sociedad.<sup>3</sup>

Dicho esto, se realizó un análisis de social media y se halló que es fácil navegar el sitio web de la empresa, pues es muy completa, además, contiene temas de interés y vídeos institucionales o referentes a las distintas actividades que esta ONG realiza en los cinco (5) continentes, incentiva a generar conciencia y a ser parte del cuidado de la vida, promotores de la causa, asimismo, cuenta con fotos y vídeos informativos, entre otros.

También, presenta la misión, visión, principios y valores, historia, financiación, memorias, una serie de programas y proyectos que lleva a cabo en los distintos países donde tiene sede, entre otros, e induce a contactarles mediante número

---

<sup>3</sup> MEJÍA, Marco Raúl. Las nuevas comunicaciones educativas: de lo escrito a lo digital. Revista Pedagogía y Saberes No. 6. 1995. Colombia. Pág. 39 – 48.

telefónico y/o ser contactado, ingresando datos en el apartado: Contáctanos, de hecho, es una página que se despliega de otra, asimismo, para donaciones, ser parte y demás, al tiempo que a compartir contenido en redes sociales: Twitter, Facebook.

Hay que destacar, que al ser una ONGD, los temas que más exponen son referentes a la comunidad y sus múltiples carencias, para ser agentes de transformación social y también, institucionales, puesto que en el corazón de esta organización se concreta como valor a transmitir continuamente, de forma que se tiende más a presentar contenido que a generar espacios de interacción,

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto y afirmando que a ésta se le pretende hacer un fortalecimiento en sus medios de comunicación, puesto que se proyecta en cierta medida el modelo clásico de la comunicación en la mayoría de sus ejecuciones, unidireccional, cuando lo que se busca es que ésta sea como un puente que logre conectar a los públicos, al tiempo que éstos se contacten entre sí, es decir se emplee una comunicación bilateral.

De hecho, Díez define la comunicación como un “conjunto de acciones que se emprenden y consolidan para entablar vínculos entre los miembros de una organización, con el objetivo de comprometerlos e integrarlos en el desarrollo y realización de un proyecto común”<sup>4</sup>, lo cual, por lo señalado anteriormente, es un punto central a desplegar.

Por otra parte, respecto a la comunicación organizacional, Andrade Rodríguez menciona que es “un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre ésta y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello, con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.<sup>5</sup>

Puntualmente en este caso, no sólo sería por parte de quienes emiten la información por los diversos medios de comunicación, sino entre los distintos públicos de interés, es ello lo que alude a comprender la comunicación organizacional como la sumatoria de mensajes que son intercambiados, ya sean

---

<sup>4</sup> FREIJEIRO DÍEZ, Sara. Técnicas de Comunicación: La comunicación en la empresa. 1ra. Edición. Vigo: Ideaspropias Editorial. 2010. España. Páginas 136.

<sup>5</sup> RODRÍGUEZ DE SAN MIGUEL, Andrade. La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas. 2005. México. Pág. 11-17.



por correo institucional o cualquier otro medio que emplee, entre todos los que componen la entidad.

Partiendo además de que lo que se menciona sobre la comunicación en el libro “Estrategias de comunicación para el cambio social”, orientada a garantizar que los diferentes sectores puedan hacer competir sus intereses, mensajes y símbolos, en igualdad de oportunidades dentro del universo de éstos que tramita la sociedad.

Los medios de comunicación hacen parte importante del proceso de construcción de ciudadanía, al ser considerados agentes de socialización que genera formas de relacionarse en el entorno, fortaleciendo procesos de participación de los distintos actores, siendo necesario que se incorpore procesos de información pública, es decir, hacer pública la información que le compete al bien común, al bien público, en pro de una formación de opinión pública cualificada hacia la construcción de lo público.<sup>6</sup>

Entendiendo ciudadanía como la capacidad del sujeto, individual o colectivo, de participar activa y responsablemente de su sociedad, teniendo presente que los derechos sociales y la igualdad son los componentes fundamentales de la misma, además, de mayor posibilidad de desarrollo en un sistema democrático.<sup>7</sup>

De forma que se pueda llevar a cabo un proceso estructurado de actividades comunicativas que se desarrollan con el propósito de alcanzar ciertos objetivos, por ejemplo, el de informar activamente hechos noticiosos de bienestar social, comunicando estos sucesos de forma veraz y oportuna, en pocas palabras, una estrategia de comunicación.<sup>8</sup>

Con relación al ejemplo anterior, Obregón, Rodríguez y Vega enfatizan en que se puede catalogar como un proceso intencionado de diseño e implementación de mensajes, que buscan más que informar, comunicar, para de ese modo, incrementar el conocimiento de la audiencia acerca de qué está aconteciendo respecto a temas en beneficio de la comunidad, de promover actitudes favorables y estimular cambios de comportamiento.

---

<sup>6</sup> OBREGON, Rafael. RODRIGUEZ, Clemencia. VEGA, Jair. Estrategias de comunicación para el cambio social. [en línea]. Acerca de la comunicación para el cambio social. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/vifa-latam/c02-02534>.

<sup>7</sup> Ibid. Estrategias de comunicación para el cambio social.

<sup>8</sup> Ibid. Estrategias de comunicación para el cambio social.

De esta manera, se alude al llamado que tienen los medios de comunicación, ser socialmente responsables y desde este doble rol que les corresponde como medios de comunicación y organizaciones, lograr un crecimiento social en el que se formen generaciones más conscientes.

Por tanto, hoy se ya se habla de nuevos enfoques de la comunicación, ya no es desde la mirada funcionalista (Información unilateral, transmisión de contenido), entendida como estímulo-respuesta, es decir, en la que el emisor informa y el receptor alberga toda la información que se le transfiere, sino de una bidireccional, en la que hay retroalimentación<sup>9</sup>.

Según Restrepo, se pasa del Paradigma de Laswell que hace la línea horizontal del Quién (Emisor: Análisis de control), dice qué (Mensaje: Análisis de contenido), por qué canal (Medio: Análisis de medios), a quién (Receptor: Análisis de Audiencias) y con qué efecto (Efecto: Análisis de efectos), a un nuevo término, al de prosumidores, siendo este concepto la fusión entre productor y consumidor.<sup>10</sup>

Teniendo en cuenta que ya no se habla sólo de los medios tradicionales (Radio, prensa y televisión), sino que existe una amplia gama de posibilidades para datarse sobre distintas temáticas, por el avance de las tecnologías de información y comunicación, como lo es el caso de REMAR ESPAÑA, quienes además de tener canal de televisión y sintonía en frecuencia modulada, igualmente, difunden los programas televisivos y contenidos radiales mediante las distintas plataformas online.

Por lo tanto, la diversidad de contenidos publicados en las diferentes plataformas virtuales y televisivas, puesto que el ser humano ya no sólo lee la información, también, la analiza, contrasta, toma postura y puede llegar a crear nuevos conocimientos, por otra parte, se puede hacer mención de Internet como una herramienta de comunicaciones que capaz de resistir un ataque nuclear.

Partiendo de que fue creado en 1969, en plena Guerra Fría y hoy permite navegar por distintas páginas web, al ser un conjunto descentralizado de redes de comunicación, unos años después, alrededor de 1990 se comienza a mencionar la web o la www (World Wide Web), cuando Tim Berners-Lee y su colega Belga

---

<sup>9</sup> RESTREPO DE GUZMÁN, Mariluz. Bases para la comprensión científica de la comunicación. Revista Signo y Pensamiento No. 3, 1984. Colombia. Pág. 77 – 88.

<sup>10</sup> DELGADO GIL, Juan Sebastián. Networking 2.0: Una mirada diferente. Render web, tejido digital. Colombia. Pág. 7-10.

Robert Cailliau, crearon un sistema de distribución de información basado en hipertexto o hipermedios, enlazados y accesibles a través de Internet.<sup>11</sup>

Según Manuel Castells, Internet es un instrumento que desarrolla, pero no cambia los comportamientos, sino que éstos se apropian del mismo y por ende, se amplifican y se potencian a partir de lo que son, de hecho, la utilización de esta herramienta es relevante para desarrollar tareas políticas o personales, o de intereses concretos, es lo que realmente genera los niveles de interacción más fuertes.<sup>12</sup>

La televisión como medio tradicional de comunicación es considerada uno de los medios básicos de comunicación social que dirige la cultura y los valores que en ella se movilizan, pues es quizá uno de los avances más potentes de la revolución científico-tecnológica. “El poder del medio radica en su capacidad de impacto, perpetración social y poder hipnótico, debido a su percepción audiovisual”.<sup>13</sup>

Si se hace una revisión en cuanto a por qué medio es mejor transmitir contenido, por factores como cobertura y notoriedad, la televisión es el medio por excelencia, es más, suele decirse: “Si no estás en televisión, no estás”, pero aún con la amplísima oferta de medios actualmente, la emocionalidad que aporta este medio, no lo tiene ningún otro.<sup>14</sup>

Los contenidos que se transmiten en el canal son en su mayoría propios, de hecho, revisando la parrilla de programación, hay varios programas propios y algunos, quizá por retomar, así como otros por iniciar y que posiblemente en el transcurso de los siguientes meses, se logre producir.

En cuanto a la relación entre Internet y los medios de comunicación, el primero se está convirtiendo en el corazón de articulación de los distintos medios, de los multimedia, es decir, de ser el sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información de qué pasa, dónde, cuándo y por qué, qué podemos o

---

<sup>11</sup> DELGADO GIL, Juan Sebastián. Networking 2.0: Una mirada diferente. Render web, tejido digital. Colombia. Pág. 7-10.

<sup>12</sup> CASTELLS, Manuel. Internet y la sociedad red. [en línea]. Acerca de la sociabilidad en internet. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain7.html>

<sup>13</sup> CATARINA, la televisión. [en línea]. Acerca de la televisión. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/trejo\\_f\\_k/capitulo1](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/trejo_f_k/capitulo1).

<sup>14</sup> MARKETING DIGITAL, cualidades y características de los diferentes medios. [en línea]. Acerca de marketing y comunicación. (Citado el 28 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://www.jaimefernandez.com/cualidades-y-caracteristicas-de-los-diferentes-medios-prensa-revistas-exterior-digital-tv/>

no ver, y ser, por tanto, el sistema conector interactivo del conjunto del sistema multimedia.<sup>15</sup>

Precisamente eso es lo que Internet está configurando, insiste Castells, que está también cambiando los medios de comunicación y en particular, contra lo que la gente cree, los medios de comunicación escritos, pues por primera vez hay una capacidad de comunicación masiva no mediatizada por los medios de comunicación de masas.

En REMAR ESPAÑA se evidenció un manejo de Web 2.0, donde se coloca información y el usuario interactúa, pues los contenidos no sólo informan, sino que permite la interacción del usuario o internauta<sup>16</sup> como define la RAE a la persona que navega por internet, en sí, una plataforma en la que hay retroalimentación, al ser un medio que gira en torno al bienestar social, también es multimedial y en eso se está trabajando a través de un CRM para cada una de las áreas de comunicación con que se cuenta.<sup>17</sup>

De hecho, para Juan Sebastián Delgado, el Customer Relationship Management (CRM) es quien se encarga del manejo de la relación con el consumidor y se comporta como un sistema automatizado de información sobre clientes con objetivo de atenderles de la manera más personalizada posible, sin olvidar que detrás de cada mensaje hay un ser humano y que Internet es uno de los soportes tecnológicos más importantes, asimismo, uno de sus principales canales de comunicación con los clientes.

Esta relación entre el CRM y el usuario es la acción que se ejerce recíprocamente entre los mismos, en menos palabras, interacción, y que a diferencia de las interacciones que tienen lugar en el día a día, en un contexto físico y social inmediato o en el «espacio real», comunicarse y relacionarse en Internet supone establecer interacciones en un entorno virtual o ciberespacio.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> CASTELLS, Manuel. Internet y la sociedad red. [en línea]. Acerca de la sociabilidad en internet. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain7.html>

<sup>16</sup> RAE. Significados. [en línea]. Acerca de internauta. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <http://dle.rae.es/?id=LvqsKVK>

<sup>17</sup> DELGADO GIL, Juan Sebastián. Networking 2.0: Una mirada diferente. Render web, tejido digital. Colombia. Pág. 7-10.

<sup>18</sup> MORAL TORANZO, Félix. Comunicar: Internet como marco de comunicación e interacción social. Revista Científica de Educomunicación. Málaga, España. Pág. 231-237.

Lo cual da paso a la interactividad, siendo esta el proceso que se crea al emitir información y conseguir una respuesta a ella, a través de un medio tecnológico y utilizando variadas formas de comunicación oral, escrita, con imágenes, entre otras y una acción típica del navegante de la red.<sup>19</sup>

De modo que las personas que realizan esta labor son empíricas, pues ninguna tiene conocimientos que le permitan desenvolverse como debería serlo, por otra parte, se realizarán unos talleres en los que precisamente se expondrá los diferentes factores a tener en cuenta para cualquier contenido que se transmita por las diferentes plataformas virtuales.

---

<sup>19</sup> Comunicación Interactiva UFT. Bitácora de la clase de comunicación interactiva T-716 de la UFT. [en línea]. Acerca de la interactividad. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <https://interactivosuft.wordpress.com/2007/04/18/la-interactividad/>

## **2. Estructura organizacional**

Los principales departamentos con que cuenta la ONG REMAR son: finanzas, proyectos, relaciones públicas, mercadeo, asesoría jurídica y agencias de transporte, seguros y viaje, también, el conglomerado de medios: Solidaria Media (Radio Solidaria, Solidaria Tv, Visual777 y Visual Print), entre otros, como rastros, restaurantes, constructora, y oficios varios.

De los cuales, es en Solidaria TV en donde está Laura Daniela Sedano Valdivieso, realizando el Servicio Social como profesional de apoyo en Comunicación Social-Periodismo, con el fin de ser soporte en la producción de los diferentes contenidos que se producen en éste, al igual que crear nuevos espacios de comunicación, como talleres en donde se instruye a los jóvenes para que elabore contenidos comunicativos, al tiempo que asertivos.

### **A. Misión**

Mejorar las condiciones de vida de los niños y niñas, las familias y comunidades en países y regiones pobres, a través de proyectos autosostenibles de desarrollo integral y actividades de sensibilización, con la finalidad última de propiciar cambios estructurales que contribuyan a la erradicación de la pobreza.

Luchar contra la marginación, el hambre, la deficiente nutrición, la miseria, la enfermedad, el subdesarrollo y la falta de instrucción; y trabajar para erradicar las causas estructurales que las producen: la injusticia, el desigual reparto de los bienes y las oportunidades entre las personas y los pueblos, la ignorancia, los prejuicios, la insolidaridad, la indiferencia y la crisis de valores humanos y cristianos.<sup>20</sup>

### **B. Visión**

Nuestra visión, cuyo fundamento es el Evangelio Cristiano, es que cada persona, hombre y mujer, en virtud de su dignidad e igualdad fundamental sea capaz de

---

<sup>20</sup> REMAR. Misión. [en línea]. Acerca de la misión de REMAR. (Citado el 05 de febrero de 2018). Disponible en internet: <http://remar.org/acerca-de-remar/mision>

ser, por sí mismo, agente responsable de su mejora material, de su progreso moral y de su desarrollo espiritual, y goce de una vida digna.<sup>21</sup>

### **C. Principios y valores**

El destino universal de los bienes, están orientados a garantizar condiciones de vida digna para todos

La cultura que orienta nuestra organización y la gestión de los recursos está conformada por los siguientes VALORES<sup>22</sup>:

Valores finales (relativos a la visión):

- La dignidad de la persona, eje y fundamento de todo proyecto social, económico, político y cultural.
- El destino universal de los bienes, orientados a garantizar condiciones de vida digna para todos.
- El bien común, que se considera alcanzado cuando los derechos humanos son garantizados, respetados y promovidos.
- La Solidaridad, como determinación firme de trabajar por la justicia, de manera organizada y perseverante, por la vida digna de las personas más empobrecidas de la tierra.

Valores instrumentales (relativos a la misión):

- El voluntariado como cultura del servicio y la gratuidad, como alternativa a la competitividad y el economicismo, en orden a la transformación más justa y solidaria de la sociedad.
- El voluntario asume las responsabilidades de los órganos de gobierno, dirección y gestión.
- La austeridad en los gastos y en el consumo, orientada al compartir y al desarrollo de estilos de vida sostenible, respetuosos con el medio ambiente.

---

<sup>21</sup> REMAR. Visión. [en línea]. Acerca de la visión REMAR (citado el 05 de febrero de 2018). Disponible en internet: <http://remar.org/acerca-de-remar/vision>

<sup>22</sup> REMAR. Principios y valores. [en línea]. Acerca de principios y valores REMAR. (citado el 05 de febrero de 2017). Disponible en internet: <http://remar.org/acerca-de-remar/principios-y-valores>

- La cultura de la paz, construida sobre el diálogo, la reconciliación, la amistad y el respeto por la vida, no colaborando en ningún caso con acciones bélicas, partidistas o que impliquen violencia al ser humano o a la naturaleza.
- La cooperación y la coordinación con otras organizaciones para atender las solicitudes de todas las personas en situación de exclusión, sin distinción de sexo, raza, país o religión.



### 3. Objetivo general

Generación de contenidos mediáticos para fortalecer la producción audiovisual del conglomerado de medios: Solidaria media en REMAR España.

#### 3.1 Objetivos específicos

3.1.1 Revisión de los contenidos digitales de REMAR España para sugerir un plan de mejoras de producción.

3.1.2 Elaborar planes de producción audiovisual para REMAR España.

3.1.3 Generar contenidos mediáticos para alimentar las plataformas digitales.

3.1.4 Apoyar las actividades del servicio social en REMAR España.

#### 3.2 Cronograma de actividades

El siguiente cuadro, describe la operación de los objetivos, dividida en objetivos, estrategia, acción y tiempos, de acuerdo con lo que se ha ejecutado en REMAR España, así:

<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ACCIONES DESARROLLADAS</b>	<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>
<b>Revisión de los contenidos digitales de REMAR España para sugerir un plan de mejoras de producción.</b>	Monitoreo de página web y redes sociales	Se realizó una revisión de las plataformas virtuales con las que cuenta REMAR ESPAÑA y en las que por supuesto, es vista por sus públicos de interés.	Noviembre 22-enero 22

	<p>Revisión de contenido radial, audiovisual y escrito</p>	<p>Se determinó que REMAR ESPAÑA tiene una emisora, Radio Solidaria, además sus programas son transmitidos de forma virtual, hay franjas musicales y programas, proyecta contenido audiovisual mediante su canal de TV: Solidaria TV y algunos de sus programas son transmitidos por las diferentes plataformas virtuales, además, cuenta con su propia productora: Visual777 Producciones y finalmente, tiene una imprenta y Serigrafía, para los distintos contenidos que emiten, como informativos, mensajes bíblicos, publicidad sobre lugares de venta como los rastros, entre otros como conciertos y distintos eventos, de hecho cuentan con su propia imprenta y Serigrafía: VisualPrint.</p>	
	<p>Análisis y descripción de Solidaria Media (Registro histórico)</p>	<p>Con la pretensión de tener contenido para justificar la creación de los distintos medios de comunicación con los que cuenta REMAR ESPAÑA y dejarlos en una reseña</p>	

		como constancia histórica.	
	Revisión de Programación	Con la pretensión de tener una idea general de los contenidos que se transmiten por el canal de televisión de Solidaria TV, se revisa la parrilla de programación.	
	Revisión de Roles	Con la pretensión de determinar con quiénes se puede contar para producir contenidos audiovisuales, se realizó un listado de las personas con las que cuenta REMAR ESPAÑA en el departamento de comunicaciones, que laboren en el área de televisión, diseñen material gráfico y estén manejando la web o redes sociales.	
<b>Elaborar planes de producción audiovisual para REMAR España.</b>	Taller Preparatorio	Luego de realizarse una revisión de las plataformas virtuales, se dio paso a hacer un taller preparatorio, para estructurar los contenidos y las formas de estos.	Noviembre 22-marzo 22
		El 28 de noviembre se realiza: "Campaña contra el SIDA"	

		El 11 de diciembre se realiza: "Janucá"	
		El 18 de diciembre se realiza: "Aushwitz"	
		El 2 de enero se realiza: "Entrega de regalos: Fundación + Vida"	
		El 22 de enero se realiza: "Fitur"	
		El 29 de enero se realiza: "Día de la memoria del holocausto"	
		El 29 de enero se realiza: "Homenaje a Luis Aragonés"	
		El 2 de febrero se realiza: "Entrega de regalos"	
		El 2 de febrero se realiza: "Spot Integridad"	
		El 13 de febrero se realiza: "VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE MAGIA DE MADRID"	
		El 20 de febrero se realiza: "Sicur"	
		El 22 de febrero se realiza: "I Congreso internacional sobre género, sexo y educación"	
		El 5 de marzo se realiza: "Amazon Prime"	
		El 6 de marzo se realiza: "Ellas crean"	
		El 7 de marzo se realiza: "World ATM congress"	

	Estructura de roles	Con la pretensión de determinar con quiénes se puede contar para producir contenidos audiovisuales, el día 20 de diciembre se realizó una ficha técnica para establecer las personas con las que cuenta REMAR ESPAÑA en el departamento de comunicaciones y sus respectivas funciones en el área de televisión, radio, diseño de material gráfico y manejo de páginas web o redes sociales.	
	Estructura de contactos	Con la pretensión de determinar los horarios de grabación para producir contenidos audiovisuales, agendar, se realizó una ficha técnica para establecer las personas con las que se contactará, para fijar tiempos con antelación.	

	Estructura de taller de comunicación, fotografía, redacción, expresión oral y corporal, publicidad y cámaras.	Con el fin de continuar un debido proceso en cuanto al plan de acción a implementar en REMAR ESPAÑA, se realiza la elaboración de talleres teórico-prácticos de comunicación, fotografía, redacción, expresión oral y corporal, publicidad y cámaras, para instruir sobre distintos contenidos que le compete a quienes laboran en el departamento de comunicaciones. Dichos talleres se iniciaron el día 11 de enero y desde entonces, continúan impartiendo los jueves.	
	Taller de word	Teniendo en cuenta que es importante como profesional de apoyo en Solidaria media, instruir a quien lo requiera en las distintas áreas de las que tenga conocimiento, se elabora y realiza taller de word con dos trabajadoras de Remar ONG.	
<b>Generar contenidos mediáticos para alimentar las plataformas digitales.</b>	Entrevista radial	Teniendo en cuenta que es importante generar contenido para alimentar las distintas plataformas de REMAR ESPAÑA, se realiza una entrevista testimonial a una	Noviembre 22-marzo 22

		Voluntaria Brasileira, Fabiola Cristina Travassos Moreira.	
Contenido Audiovisual		El 29 de noviembre se realiza: "Campaña contra SIDA/VIH"	
		El 12 de diciembre se realiza: "Janucá"	
		El 19 de diciembre se realiza: "Aushwitz"	
		El 3 de enero se realiza: "Entrega de regalos: Fundación + Vida"	
		El 23 de enero se realiza: "Fitur"	
		El 26 de enero se realiza: "Día de la memoria del holocausto"	
		El 26 de enero se realiza: "Homenaje a Luis Aragonés"	
		El 14 de febrero se realiza: "VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE MAGIA DE MADRID"	
		El 14 de febrero se realiza: "Almuerzo solidario "	
		El 20 de febrero se realiza: "Sicur"	
		El 23 de febrero se realiza: "I Congreso internacional sobre género, sexo y educación"	

		El 5 de marzo se realiza: "Amazon Prime"	
		El 6 de marzo se realiza: "Ellas crean"	
		El 7 de marzo se realiza: "Voluntarios NY University"	
		El 17 de marzo se realiza: "Corazón Classic Match"	
		El 19 de marzo se realiza: "Corazón Classic Match"	
		El 22 de marzo se realiza: "Olive Oil"	
		El 23 de marzo se realiza: "Tour Bernabéu"	
	Radio	El 28 de noviembre se realiza: Entrevista testimonial a una Voluntaria Brasileira, Fabiola Cristina Travassos Moreira	
		Voz off de productos audiovisuales a cargo, durante el servicio social.	
	Televisión (Grabaciones)	El 5 de diciembre se graba programa: "Integridad en la alabanza" y "Momentum" en Ajalvir, Madrid.	
		El 5 de diciembre se graba programa: "Momentum" en Ajalvir, Madrid.	
		El 14 de diciembre se graba programa: "Arte y sentimiento" en Carabanchel, Madrid.	



		El 14 de diciembre se graba programa: "A una voz" en Carabanchel, Madrid.	
		El 15 de diciembre se graba programa: "Arte y sentimiento" en Carabanchel, Madrid.	
		El 15 de diciembre se graba programa: "A una voz" en Carabanchel, Madrid.	
		El 10 de enero se graba programa: "Momentum" en Ajalvir, Madrid.	
		El 10 de enero se graba programa: "Música y punto" en Ajalvir, Madrid.	
		El 15 de enero se graba programa: "Arte y sentimiento" en Ajalvir, Madrid.	
		El 16 de enero se graba programa: "Arte y sentimiento" en Ajalvir, Madrid.	
		El 21 de febrero se graba programa: "A una sola voz" en Ajalvir, Madrid.	
		El 22 de febrero se graba programa: "A una sola voz" en Ajalvir, Madrid.	
		El 1 de marzo se graba programa: "A una sola voz" en Ajalvir, Madrid.	
		El 2 de marzo se graba programa: "A una sola voz" en Ajalvir, Madrid.	

		El 14 de marzo se graba programa: "Arte y sentimiento" en Sara Martín Flamenco, Madrid.	
		El 19 de marzo se graba programa: "Arte y sentimiento" en Adagio y Bulería, Madrid.	
		El 21 de marzo se graba programa: "Arte y sentimiento" en Dancing Boulevard, Madrid.	
		El 22 de marzo se graba programa: "Arte y sentimiento" en Centro de danzas María Rosas, Madrid.	
	Spot	Integridad	
		Transporte	
		Rastro	
		Inclusión	
	Escrito	Remar ONG celebra la navidad con los más pequeños	
		Jóvenes de Impacto	
	Posproducción	Con el fin de obtener productos audiovisuales de calidad, se edita e instruye en edición a quien se le ha delegado la articulación de las tomas para los distintos reportajes.	
<b>Apoyar las actividades del</b>	Actividades	El 29-30/11 y 01/12 se realiza "Campaña contra	

<b>servicio social en REMAR España.</b>		el Sida"	
	Reunión con DIRCOM y Directora de Producción	Teniendo en cuenta que es de suma importancia el contenido que ha sido y es publicado en las plataformas virtuales y dado que se ha revisado la información de forma y de fondo, es indiscutible el realizar ciertos ajustes y para ello, se cuestiona sobre distintos aspectos de la organización en el área de la comunicación, como los cargos y funciones que desempeñan quienes laboran en este departamento, además, producciones y talleres. Las dos se hicieron por separado.	
	Relaciones públicas (Contactos)	Teniendo en cuenta que se debe alimentar la programación del canal de televisión y las plataformas virtuales con contenido audiovisual, se requiere hacer una constante revisión de eventos que se puedan cubrir y presentar como reportaje, nota informativa, entre otras, para lo cual, primero se debe contactar a la persona que esté a cargo de la actividad.	

	Correo institucional	Con el fin de continuar un debido proceso en cuanto a la producción audiovisual, se creó correo organizacional, para solicitar ingreso a los diferentes eventos/actividades/ acontecimientos que sean de interés para transmitir en el canal y plataformas virtuales	
--	----------------------	--	--

## 4. Informe del desarrollo de los objetivos

### 4.1 Web

A continuación, se presenta un (1) instrumento de análisis de social media<sup>23</sup>.

<b>FICHA DE OBSERVACIÓN DE SITIOS WEB DE EMPRESAS</b>			
A continuación, se presenta un formato de ficha de observación para chequear con qué cuenta y con qué no cada empresa analizada. De igual forma, se pretende diagnosticar cómo permiten la participación de su comunidad a través de ellas.			
<b>INFORMACIÓN DE LA EMPRESA</b>			
<b>NOMBRE EMPRESA</b>	REMAR ESPAÑA		
<b>DIRECCIÓN WEB</b>	<a href="http://remar.org">http://remar.org</a>		
<b>DIRECCIÓN FÍSICA</b>		<b>Municipio</b>	
<b>¿ES AMIGABLE Y FÁCIL DE NAVEGAR EL SITIO WEB DE LA EMPRESA?</b>			<b>SI</b>
¿Por qué?: Es fácil navegar el sitio web de la empresa, pues es muy completa. Contiene temas de interés y vídeos institucionales o referentes a las distintas actividades que realiza en los cinco (5) continentes, incentiva a generar conciencia y además a ser parte del cuidado de la vida, ser promotores de la causa. Cuenta con fotos y vídeos informativos, entre otros. Presenta la misión, visión, principios y valores, historia, financiación, memorias, una serie de programas y proyectos que lleva a cabo en los distintos países donde tiene sede, entre otros. Induce a contactarles mediante número telefónico y/o ser contactado, ingresando datos en el apartado: Contáctanos, de hecho, es una página que se despliega de otra, asimismo, para donaciones, ser parte y demás, también, a compartir contenido en redes sociales: Twitter, Facebook.			
<b>¿QUÉ TIPO DE SITIO WEB ES EL DE LA EMPRESA?</b>			
<b>De primera generación o de generación de contenido estático</b>			<b>X</b>

<sup>23</sup> VELAZCO, Zully. (2013). Ficha para el análisis Social Media, suministrada en la asignatura: Práctica profesional. Semestre I-2017. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana.

De segunda generación o de generación de contenido dinámico e interactivo		
De tercera generación o de generación de contenido colaborativo		
<b>¿QUÉ INFORMACIÓN PRESENTA EL SITIO WEB?</b>		
Galerías fotográficas	Información Académica	Informes de eventos Vídeos
Comunicados de Prensa	Publicaciones académicas	Imagen corporativa Otra(s)
¿Cuál(es)?	Informaciones y publicaciones de distintos temas que les involucra y todo lo que esto incluye.	
<b>¿LA INFORMACIÓN ESTÁ RELACIONADA CON LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA?</b>		SI
¿Por qué?: Toda la información y publicaciones que presenta la ONG en su página es referente a los servicios que realizan en pro del bienestar de la sociedad en los diferentes países en los que se encuentran y todo lo que esto incluye.		
<b>¿CADA CUÁNTO ACTUALIZAN LA INFORMACIÓN?</b>		
Cada hora	Diario	Semanal Mensual Anual No la actualizan
Según el evento	Otro	¿Cuál?
<b>¿QUÉ TEMAS TIENEN MÁS PRIORIDAD PARA LA COMUNIDAD EDUCATIVA?</b>		
Académicos a estudiantes	Noticias empresa	Comunitarios Noticias de la ciudad
Ambientales	Noticias científicas	Institucionales Convocatorias
Otros	¿Cuál(es)?	
<b>¿EN EL SITIO WEB DE LA EMPRESA HAY?</b>	SI	NO
<b>¿PERMITE DESCARGAR O COMPARTIR?</b>	SI	NO
<b>QUÉ TEMAS</b>		
Productos multimedia	X	SI X NO
Infografías digitales	X	SI NO X
Audios	X	SI NO X
Videos	X	SI X NO
<b>¿EXISTEN PRODUCTOS QUE INTEGREN TODOS ESTOS ELEMENTOS?</b>	SI	NO
<b>¿SE DAN POR YUXTAPOSICIÓN?</b>	SI	NO

¿EN EL SITIO WEB SE OBSERVA INTERACCIÓN?	SI	NO
¿EL SITIO WEB ES SÓLO PARA LA DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL?	SI	NO
¿EL SITIO WEB CUENTA CON ESPACIO PARA BLOGS?	SI	NO
¿PARTICIPAN EN EL BLOGS OTROS AUTORES?	SI	NO
¿CUÁLES DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS DE INTERACCIÓN SE OBSERVAN EN LA PÁGINA?		
Inclusión del correo electrónico del autor de cada nota	SI	NO
Foros	SI	NO
Posibilidad de comentar cada nota o elemento	SI	NO
Hay que registrarse previamente	SI	NO
Encuestas	SI	NO
Chats programados a una hora determinada con un personaje específico	SI	NO
Wikis	SI	NO
Espacios para que la gente suba notas, vídeos, fotos, audios sobre temas de interés	SI	NO
Espacio para imagen institucional como 'Quiénes Somos'	SI	NO
Correos de todas las personas que están a cargo de la página.	SI	NO
El sitio cuenta con moderación	SI	NO
¿Está expuesto de forma explícita el objetivo del sitio web?	SI	NO
Existen espacios para hacer preguntas, dar sugerencias o interponer recursos o quejas ante la institución.	SI	NO
Otros	¿Cuál(es)?	
¿LA COMUNICACIÓN QUE SE DA EN ESTE SITIO ES?		
Sincrónica: En tiempo real, por ejemplo, chats, videoconferencias	SI	NO
Asincrónica: Foros, wikis, correos electrónicos	SI	NO
Otra	¿Cuál	

Esta ficha de observación de sitios web de empresas que se le realizó a REMAR ONG, se hizo con la intención de realizar en primera instancia, una revisión de la presencia de la organización en el entorno web, la cual, permitió ver a términos generales que esta organización en cuanto a su página web oficial es muy completa, presenta diferentes temáticas, promueve causas sociales en las que

están siendo gestores y da a conocer también, información de orden organizacional, aunque requiere que se le adjunte elementos de interacción.



## **4.2 Medios de comunicación: solidaria media**

A continuación, se presenta más que un análisis, un contexto de los medios de comunicación con que cuenta REMAR ESPAÑA, luego de identificarlos y hacer una revisión de lo que a través de estos se emite.

### **4.2.1 Solidaria Tv**

En cuanto a la televisión, “desde el año 1993 se dio inicio a Solidaria TV, proyecto audiovisual sin ánimo de lucro que cuenta las aventuras y desventuras de las organizaciones y personas que dedican su vida al servicio de los demás por medio de reportajes, entrevistas, testimonios y documentales”.<sup>24</sup>

En éste, puede hallarse una ventana abierta principalmente a la solidaridad, dando pauta a ser promotores y agentes de transformación social, brindando un mensaje indicando a favorecer a los desvalidos que se encuentran en el mundo, a causa de desastres naturales, hambre, corrupción y demás aspectos que estremecen el presente en distintas naciones.

De hecho, en Solidaria TV se puede ver una programación variada, desde cine, música, y actualidad, hasta programas infantiles, eso sí, todas las producciones siempre bajo valores como el respeto, convivencia y solidaridad, de manera que frecuentemente reiteran la necesidad de compromiso que se hace necesario en la sociedad, como un recordatorio constante.

Éste es un medio que da espacio para promocionar la labor humanitaria que muchos están realizando y también, para animar a quienes están de espectadores a hacer más por el prójimo y por la sociedad, pues al Solidaria TV ser un medio comprometido, también, compromete a los demás a involucrarse por el medio ambiente y a servir a los desfavorecidos.

---

<sup>24</sup> Solidaria Tv. [en línea]. Acerca de Solidaria Tv. (citado el 27 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://es.solidariatv.com/nosotros>

Puntualmente, Solidaria TV es un medio que difunde el amor al prójimo como a sí mismo, según las palabras de Jesús y en esa línea de pensamiento, propaga mensajes con valores cristianos.<sup>25</sup>

Finalmente, expone la prohibición de la reproducción total o parcial sin la autorización de Solidaria TV de cualquiera de los contenidos ofrecidos por ésta, ya que tiene todos los derechos reservados: Solidaria TV Copyright 2016.<sup>26</sup>

#### **4.2.2 Visual 777 producciones**

Es una empresa de diseño, creación, y gestión de contenidos para distintos tipos de soporte: Vídeo, Sonido e Iluminación creada como solución en la búsqueda de recursos para el sostenimiento de los medios de comunicación que tiene REMAR ESPAÑA con más de 15 años de experiencia en el sector audiovisual.

No se centra sólo en dar servicios o alquilar equipos de todo tipo, sino que ofrece asesoría para conseguir un resultado óptimo para cualquier objetivo multimedia sin elevados costos y con calidad.

Posee un equipo joven de profesionales altamente cualificados, comprometidos con la tecnología más vanguardista en permanente formación y búsqueda en los últimos avances tecnológicos con experiencia y conocimientos.

Dispone en propiedad de los más modernos recursos para llevar a buen término cualquier evento en el que sea necesaria la utilización de medios audiovisuales y a día de hoy, ha evolucionado a una empresa que expande sus recursos por toda la geografía española y europea.

De hecho, dispone de infraestructura para todo tipo de eventos, conciertos, espectáculos, festivales, actos culturales, mítines electorales, ruedas de prensa, celebraciones, y demás, pues cuenta con sistemas Line Array, mesas digitales,

---

<sup>25</sup> Solidaria Tv. [en línea]. Acerca de Solidaria Tv. (citado el 27 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://es.solidariatv.com/nosotros>

<sup>26</sup> Ibid. Solidaria Tv.

micrófonos de las mejores marcas, backline, monitores y procesado de señal, todo, con los mejores técnicos a disposición.<sup>27</sup>

De modo que ofrece la posibilidad de gestionar todo lo necesario para cualquier evento, desde una estructura de aluminio, hasta carpas, escenarios, suelos y tarimas, mobiliario, moqueta, stand modular para ferias, vallas (antiavalancha, catenarias, perimetral), instalación eléctrica, servicio de carpintería y grupo electrógeno, entre otros.

La iluminación, al ser uno de los aspectos más importantes y críticos de un evento, es motivo por el que se cuenta con el personal, equipamiento y tecnología líder para iluminar cualquier necesidad, estudios de TV, videoclips, cortometrajes ambientación, conciertos, espectáculos, fiestas, desfiles.

Se dispone de todo tipo de estructuras, iluminación robótica y convencional, cañones de seguimiento, mesas y dimmer digitales, es decir, para cada área de utilización se emplea los sistemas de Iluminación más convenientes, en cuanto a consumo, rendimiento, estética y costo.<sup>28</sup>

Asimismo, se cuenta con un estudio de grabación musical totalmente insonorizado, tratado acústicamente para conseguir un ambiente poco reverberante, climatizada y con el espacio suficiente para dar cabida a una formación completa, un personal especializado en grabación, locuciones, doblaje, duplicación de CD, cine y audiovisuales en general.

Además, tres platós, con la preinstalación adecuada que permite la grabación y realización de cualquier tipo de programa televisivo en formato de HD y la configuración de la instalación es adaptable a cualquier requerimiento del usuario.

El primer plató es de 190m<sup>2</sup>, parrilla de iluminación completa con pantógrafos, 3 cámaras HD fijas, ampliable a 6 cámaras, grúa de cámara de 6m, control de realización completo, magnetoscopios XDcam, generador de caracteres, intercóm y monitorado en plató, 2 ciclogramas en gris y azul.

El segundo, de 170m<sup>2</sup>, parrilla completa con railes electrificados, 3 cámaras HD fijas ampliable a 6 cámaras, grúa de cámara de 3m, control de realización

---

<sup>27</sup> Visual777 Producciones. [en línea]. Acerca de Visual 777 Producciones. (citado el 27 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://www.visual777.com/>

<sup>28</sup> Ibid. Visual777.

completo, control de sonido digital (perfecto para actuaciones musicales), intercóm y monitor en plató, 3 ciclogramas en gris, negro y azul.

Y finalmente, el tercero, de 90m2, parrilla con luz fría, 3 cámaras HD con posicionadores, control de realización Brainstorm, se puede en todos cubrir con sistemas multicámara cualquier evento para retransmitirlo en circuito cerrado con proyectores y pantallas de led o a través de Internet, radioenlace o satélite.

Siempre cuidando la imagen y con profesionales con mucha calidad humana y técnica, para que el cliente quede totalmente satisfecho con el resultado y el trato recibido.

### 4.3 Parrilla de programación

PROGRAMACION SOLIDARIA TV ESPAÑA 2017							
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
8:00	DANIEL BOONE	TIN TIN	TIN TIN	DANIEL BOONE 42	TIN TIN	TIN TIN	TIN TIN
8:30	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	PELICULA INFANTIL	PELICULA INFANTIL
9:00	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS		
	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN		
	CLUB 700	CLUB 700	CLUB 700	CLUB 700	CLUB 700		
9:30	ONE CUBED	ONE CUBED	ONE CUBED	ONE CUBED	ONE CUBED	ALUTOS LOCOS	ALUTOS LOCOS
						PIXIE DIXIE	PIXIE DIXIE
						POPEYE	POPEYE
						LOONEY TUNES	LOONEY TUNES
10:00	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	REPERTORIO	SAIDA DIRECTA
10:30	TERTULIA	TERTULIA	TERTULIA	TERTULIA	TERTULIA		
11:00	NOTICIAS	NOTICIAS	NOTICIAS	NOTICIAS	NOTICIAS	BUEN SAMARITANO	SERVICIO DOMINICAL
12:00	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	MUNDO CRISTIANO	MUNDO CRISTIANO
12:30	VIDEOS REMAR	VIDEOS REMAR	TIZONES + REMAR INFORMA	VIDA DURA	VIDEOS REMAR	TODO EL CONSEJO	MINUTOS MUSICALES
13:00	VIDA DURA	VIDA DURA	EN LA COCINA DE	VIDA DURA	VIDA DURA	VIDA DURA	VIDA DURA
13:30	ALABANZA WITH YOU	MINUTOS MUSICALES	COMPROMISO TV	ENTRE TU Y YO	REPERTORIO	VIDA DURA	ALABANZA WITH YOU
14:00	CARA A CARA	MINUTOS MUSICALES	VEMOS			ALABANZA WITH YOU	CARA A CARA
14:30						PELICULA CINE CON SENTIDO	VEMOS
15:00	PELICULA DE LA TARDE	PELICULA DE LA TARDE	PELICULA DE LA TARDE	PELICULA DE LA TARDE	PELICULA DE LA TARDE		MINUTOS MUSICALES
15:30						LUZ A LAS NACIONES	
16:00	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	PELICULA INFANTIL	PELICULA INFANTIL
17:00	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA		
17:30	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS		
	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN		
18:00	TIEMPO DE ALABAR	TIEMPO DE ALABAR	TIEMPO DE ALABAR	TIEMPO DE ALABAR	TIEMPO DE ALABAR	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA
18:30	INTEGRIDAD EN LA ALABANZA	MUSICA Y PUNTO	ALABANZA WITH YOU	MUSICA Y PUNTO	MINUTOS MUSICALES	MINUTOS MUSICALES	COMPROMISO TV
19:00	NUNCA SOLAS	NUNCA SOLAS	NUNCA SOLAS	NUNCA SOLAS	NUNCA SOLAS	LA VOZ EN EL DESIERTO	
19:30	MUNDO CRISTIANO	MUNDO CRISTIANO	MUNDO CRISTIANO	MUNDO CRISTIANO	MUNDO CRISTIANO		
20:00	REPETICION TERTULIA	TERTULIA	TERTULIA	TERTULIA	TERTULIA	INTEGRIDAD EN LA ALABANZA	LA VOZ EN EL DESIERTO
20:30	NOTICIAS	NOTICIAS	NOTICIAS	NOTICIAS	NOTICIAS	REPERTORIO	SERVICIO DOMINICAL
21:00	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ESPACIO AMIGOS EN SOLIDARIA	ALABANZA WITH YOU	ESTAMOS CONTIGO
21:30	CARA A CARA	ESTAMOS CONTIGO	TODO EL CONSEJO	BUEN SAMARITANO	REPERTORIO	ALABANZA WITH YOU	ESTAMOS CONTIGO
22:00	COMPROMISO TV					ALABANZA WITH YOU	
22:30	REFLEXIONES OSCAR FRADEJAS	REFLEXIONES OSCAR FRADEJAS	REFLEXIONES OSCAR FRADEJAS	REFLEXIONES OSCAR FRADEJAS	REFLEXIONES OSCAR FRADEJAS	ALABANZA WITH YOU	
23:00	ALABANZA WITH YOU	MOMENTUM	COMPROMISO TV	MOMENTUM	ALABANZA WITH YOU	PELICULA CINE CON SENTIDO	PELICULA CINE CON SENTIDO
	POR LA VIDA		VEMOS	LUZ A LAS NACIONES	POR LA VIDA		
	LA BIBLIA				LA BIBLIA		
0:00	PAN DEL CIELO	PAN DEL CIELO	PAN DEL CIELO	PAN DEL CIELO	PAN DEL CIELO		
0:30							
1:00	INTEGRIDAD EN LA ALABANZA	MINUTOS MUSICALES	ALABANZA WITH YOU	MUSICA Y PUNTO	MINUTOS MUSICALES	BUEN SAMARITANO	CONCIERTO
1:30							
2:00	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	CONECTATE A LA VIDA	TERTULIA	
2:30	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	YO AMO LA BIBLIA	COMPROMISO TV	CONCIERTO
	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS	DEVOCIONALES DIARIOS		
	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN	A EXAMEN		
3:00	CLUB 700	CLUB 700	CLUB 700	CLUB 700	CLUB 700	REPERTORIO	REPERTORIO
3:30	ONE CUBED	ONE CUBED	ONE CUBED	ONE CUBED	ONE CUBED	NUNCA SOLAS	NUNCA SOLAS
4:00						REPERTORIO	LA VOZ EN EL DESIERTO
4:30	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	PELICULA	MINUTOS MUSICALES	INTEGRIDAD EN LA ALABANZA
5:00							
5:30							
6:00	PAN DEL CIELO	PAN DEL CIELO	PAN DEL CIELO	PAN DEL CIELO	PAN DEL CIELO	ESTAMOS CONTIGO	ESTAMOS CONTIGO
6:30							
7:00	VIDA DURA	VIDA DURA	VIDA DURA	VIDA DURA	VIDA DURA	HANNA BARBERA	MINUTOS MUSICALES
7:30	VIDEOS REMAR	VIDEOS REMAR	TIZONES + REMAR INFORMA	TIZONES + REMAR INFORMA	HANNA BARBERA		

Gráfico 1: Parrilla de Programación

De esta parrilla, los programas propios, que Solidaria TV produce se presentan en forma de listado a continuación:

- Devocionales diarios
- A Examen
- Tertulias
- Espacios de Amigos
- Alabanza With You
- Conéctate a la Vida
- Integridad en la Alabanza
- Pan del Cielo

Música y Punto  
Estamos Contigo  
Momentum  
Reflexiones Oscar Fradejas  
Por la Vida  
La Biblia  
Compromiso TV  
VEMOS  
Repertorio  
Cine Con Sentido  
Nunca Solas

- Por retomar:

Cara a Cara

Entre tú y Yo

En la Cocina De

#### **4.4 Estructuración de contenido escrito y técnico para televisión**

Luego del ítem anterior, se elabora este taller, como modelo de guiones técnicos (Inicio a fin de la producción).

### **TALLER PREPARATORIO**

**FECHA:** 23/11/2017

**HORA:** 10 A.M.    **LUGAR:** DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES

**DURACIÓN:** 222 MINUTOS

**REALIZACIÓN:** LAURA DANIELA SEDANO VALDIVIESO

Este taller preparatorio es realizado con la intención de darle una estructura a las producciones audiovisuales que se realicen, no sólo en la forma, sino en el fondo, los contenidos.

Tener un orden cronológico de actividades previas, al momento y posterior de los productos audiovisuales, para desarrollar la idea de forma clara y contundente, de modo que lo que se obtenga logre causar impacto.

**PRODUCTOR:** Nombre de persona que diligencia este formato, quien desarrolla la idea del producto audiovisual.

**PROPÓSITO:** Frase de 2 o 3 líneas en la que se expresa la intención principal por la cual se realizará la producción, el proyecto a efectuar. (Dar a conocer el proyecto “Día internacional de la lucha contra el Sida (VIH)” y así, obtener donativos, por ejemplo)

- Dos preguntas a responder con el fin de proyectar un buen producto:

- a) ¿Qué diremos?
- b) ¿Por qué lo diremos?

## **MÉTODO Y ACTIVIDADES**

El método será participativo, en oración y contenido guía bíblico.

## **GUÍA PARA EL DESARROLLO**

### **1. ORACIÓN DEL PROYECTO**

- Todos los miembros de REMAR INTERNACIONAL (Personal y devocional)
- Recordar que DIOS ha dicho “Ama a tu prójimo como a sí mismo”

### **2. REVISIÓN DE ELEMENTOS BÁSICOS**

1. El producto audiovisual ha de mostrar el Amor que Dios Padre ha vaciado en el corazón de nosotros para que demos de sí a otros, sin importar las circunstancias, ni nada más que representar su amor.
2. Es un compartir la experiencia de un encuentro personal e íntimo con Jesucristo, Él, el centro de todo testimonio.
3. Evitar un lenguaje teológico, hablar en palabras sencillas para mayor entendimiento.
4. Este vídeo es una oportunidad para compartir una historia de vida cambiada, transformada y trascendente, a partir, de una relación en Jesucristo restaurada con nuestro Dios Padre.
5. No se busca obtener logros, metas, ni de validar técnicas y métodos, sino depender del poder de DIOS que respalde el propósito que ha de primar, las personas.
6. El vídeo hará parte del banco de productos audiovisuales y ser compartido con dos propósitos, uno, el de llegar al corazón de personas que no han tenido un encuentro personal con Jesucristo y dos, de otros creyentes para edificación.
7. Este formato será diligenciado por una persona que se denominará “Asistente de producción”.

### **3. EXPERIENCIAS SIMILARES**

- Si la idea del proyecto surgió de otro, vídeos de referencia, por ejemplo, de lo contrario, ninguno.



## **PARTE UNO**

**PROPÓSITO:** Definir el recuento de la noticia, para registrar ordenadamente la versión del vídeo.

### **EJEMPLO:**

ESC. 1

VOZ OFF: (Contenido locutado)

- Imagen, producto gráfico o vídeo.

ESC. 2

VOZ IN: Presentador en estudio, reportero o periodista.

- Texto (Locución) e Imagen, producto gráfico o vídeo.

ESC. 3

VOZ IN: Presentador en estudio, reportero o periodista.

- Texto (Locución) e Imagen, producto gráfico o vídeo.

ESC. 4

VOZ OFF: (Contenido locutado)

- Imagen, producto gráfico o vídeo.

ESC. 5

VOZ OFF: (Contenido locutado)

- Imagen, producto gráfico o vídeo.

### **Referentes:**

1. Esc: Abreviatura de escena.

Nota: Cabe recordar que el guion literario es un boceto, pues en algún momento requerirá de unos cuantos ajustes, ya sea en el contenido o en tomas, voz off y lo que el mismo demande.

## PARTE DOS

**DURACIÓN:** 2 MINUTOS

**PROPÓSITO:** Definir esquema básico para registrar ordenadamente la versión del vídeo.

Este guion técnico se realiza con el fin de desglosar cada escena del guion literario, tomar en cuenta los detalles de forma puntual y garantizar la comprensión de cada escena. A continuación, se presenta el siguiente modelo como bosquejo:

Escena	Locación	Personajes/Mobiliario	Plano	Ext/ Int	Día/Noche	Tiempo
1						
2						
3						
4						
5						

### Referentes:

1. Escena: Número de escena.
2. Locación: Estudio de tv, iglesia, parque, etc.
3. Personajes/Mobiliario: Nombre de personajes y qué elementos se requieren en la escenografía para la grabación.
4. Planos: Tipometría de planos usados, abreviándolos, es decir, Picado (P), Contrapicado (C), Primer plano (PP), Plano medio (PM), Plano americano (PA), Plano general (PG), Gran plano general (GPG).
5. Tiempo: expresando minutos (') y segundos (").

En caso de que haya personajes puntuales en el vídeo:

Personaje	Descripción física	Descripción cualitativa	Rol	Edad
1				
2				
3				

## PARTE TRES

**PROPÓSITO:** Definir roles para registro de pre, producción y post del vídeo.

GUIÓN TÉCNICO: VÍDEO		
Título del Vídeo:		
Fecha:	Hora:	
Locación:	Interior	Exterior
Target:	Duración:	
Idioma:	Subtítulos:	
Entrevistados:		
Roles de Preproducción		
Equipos de grabación:		
Locación:		
Escenografía y realización:		
Transporte:		
Refrigerio:		
Roles de Producción		
Cámara:		
Sonido:		
Iluminación:		
Ángulos de toma:		
Tipometría de planos:		
Realizador:		
Términos legales:		
Registro fotográfico:		
Roles de Postproducción		
Intro:		
Edición:		
Musicalización y efectos:		
Material gráfico:		
Difusión:		
Registro de vídeos:		

Para llevar a cabo el propósito de esta tercera actividad, en primera instancia se deben distribuir los roles.

Es importante pedir el nombre de quienes aparezcan en el vídeo y se firme un documento “Sesión de derechos de autor”, para evitar problemas futuros con imagen personal.

Los campos “Entrevistados”, “Transporte” y “Refrigerio” no son obligatorios, pues pueden no requerirse en el vídeo.

### **Referentes:**

1. Target: Público objetivo al cual se pretende alcanzar, es decir, jóvenes, niños, adultos, etc.
2. Equipos de grabación: Cámara, sonido, iluminación, etc.
3. Escenografía y realización: Locación, escenografía, vestuario, maquillaje o utilería requeridos en el rodaje.
4. Transporte: Para los integrantes del grupo y equipos, de ser necesario.
5. Refrigerio: Alimentación, dependiendo del horario de grabación.
6. Iluminación: Luz del día, luz de bombillas u otras luces.
7. Ángulos de toma: Frontal, lateral derecho, lateral izquierdo, inclinado más hacia la derecha o hacia la izquierda, picada o contrapicado.
8. Tipometría de planos: Primer plano, plano medio, plano general y gran plano general.
9. Realizador: Persona encargada de orientar a quienes hacen cámara.
10. Términos legales: Sesión de derechos de personas que aparecen en el vídeo y locación.
11. Registro fotográfico: Fotografías tomadas durante la grabación y detrás de cámaras.
12. Musicalización y efectos: Para fondo de fragmentos del vídeo, intro y/o demás, usar un volumen muy por debajo de la voz, de modo que no interfiera con el mensaje, ni distraiga al receptor del mismo; No saturar de música la producción, más bien, jugar con los efectos.
13. Material gráfico: Imágenes o vídeos de soporte, para que sea un vídeo dinámico y contundente.
14. Difusión: Medios por los cuales se pueda proyectar el vídeo, sean redes sociales, sitio web u otros canales de comunicación.
15. Registro de vídeos: Llevar sistematizado la secuencia de vídeos grabados y del producto final (editado).

Roles de <b>Preproducción</b>				
Entrevistados:	REMAR	Ancianos	Adultos	Jóvenes y niños
Equipos de grabación:	Cámara	Sonido	Iluminación	Otro
Locación:	Iglesia	Inmueble	Zonas Comunes	
Escenografía y realización:	Locación	Vestuario	Maquillaje	Otros
Transporte:	Automóvil	Autobús	Camión	Otro
Refrigerio:	Sugerido: Sándwich y refresco.			

### Referentes:

1. Entrevistados: Las personas que tengan algo por expresar referente a la temática del vídeo.
2. Inmueble: Apartamento, casa, iglesia u otra propiedad.
3. Zonas comunes: Parques, Salones sociales, Universidades, Centros comerciales y demás sitios públicos.

Producción					
Cámara:					
Sonido:	Micrófono aéreo, dinámico o de solapa				
Iluminación:	Día	Bombillas			Otras
Ángulo de toma:	Frontal	Lateral derecho			Picado
		Lateral izquierdo			Contrapicado
Tipometría de planos:	Primer plano	Plano medio	Plano americano	Plano general	Gran plano general
Términos legales:	Sesión de derechos de entrevistado y locación.				
Registro fotográfico:	Grabación y/o detrás de cámaras.				

En cuanto a la tipografía de planos, también se puede hablar de plano detalle y plano escucha.

## Referentes:

1. Picado: Toma de arriba-abajo.
2. Contrapicado: Toma de abajo-arriba.
3. Primer plano: Toma de los hombros hacia arriba.
4. Plano medio: Toma del abdomen hacia arriba.
5. Plano americano: Toma de las rodillas hacia arriba.
6. Plano general: Plano de cuerpo entero.
7. Gran plano general: Plano mayor al general.

Roles de <b>Postproducción</b>		
Intro:	Inicio del vídeo.	
Edición:	Cortes	
Musicalización y efectos:	Música	Efectos
Material gráfico:	Imágenes	Tomas Audiovisuales
Difusión:	Canales/medios de proyección.	
Registro de vídeos:	Secuencia de vídeos, sistemáticamente.	
Aprobación:	Firma Productor	

## Referentes:

1. Aprobación: El productor firma, dando visto bueno al producto audiovisual, se firma sólo al final, luego de hacerse la revisión.

## PARTE CUATRO

**PROPÓSITO:** Definir formato de cronograma y registro de cumplimiento.

Cronograma			
Fecha:		Hora:	
Locación:			
Entrevistado:			
Actividad:			
Descripción de actividad:			
Responsable #1:		Cargo:	
Responsable #2:		Cargo:	
Responsable #3:		Cargo:	
Responsable #4:		Cargo:	
Responsable #5:		Cargo:	

### Referentes:

1. Actividad: Grabación #, además, el nombre del vídeo.
2. Cargo: Camarógrafo, Sonidista, Iluminación, Escenografía, etc.

## **4.5 Contenido escrito para producción audiovisual**

Con la pretensión de tener material audiovisual para publicar contenido en Solidaria Tv y plataformas virtuales, se realizan estructuras para cubrir diferentes eventos en Madrid, España, en cuanto a temáticas que abarquen lo solidario, cristiano y cultural, además, de orden informativo, es decir, aquellas exposiciones, conciertos y otras actividades de interés general.

De hecho, el siguiente ejemplo es el modelo a tener en cuenta la estructura anterior y evidenciar el cómo se implementó en cuanto a la primera parte del taller:

### **4.5.1 TALLER PREPARATORIO: Comercial de Integridad y Campaña contra el VIH/SIDA**

**FECHA:** 01/02/2018

**HORA:** 11 A.M.   **LUGAR:** DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES

**DURACIÓN:** 150 MINUTOS

**ELABORACIÓN:** LAURA DANIELA SEDANO VALDIVIESO

Este taller preparatorio es realizado con la intención de darle una estructura a las producciones audiovisuales que se realicen, no sólo en la forma, sino en el fondo, los contenidos.

Tener un orden cronológico de actividades previas, al momento y posterior de los productos audiovisuales, para desarrollar la idea de forma clara y contundente, de modo que lo que se obtenga logre causar impacto.

**PRODUCTOR:** LAURA DANIELA SEDANO VALDIVIESO

**PROPÓSITO:** Generar contenidos educomunicativos para comercial de Integridad y Campaña contra el VIH/SIDA y definirlos, para registrar ordenadamente la versión del vídeo.

- Dos preguntas a responder con el fin de proyectar un buen producto:



- a) ¿Qué diremos?
- b) ¿Por qué lo diremos?
- c) Revisión de contenido sobre estudio de jóvenes y relaciones sexuales, y VIH.

## MÉTODO Y ACTIVIDADES

El método será participativo, en oración y contenido guía bíblico.

- A continuación, se realizará un guion literario, como modelo de la producción a efectuar, cabe recordar que éste es un boceto, pues en algún momento requerirá de unos cuantos ajustes, ya sea en el contenido o en tomas, voz off y lo que el mismo demande.

- **PARTE UNO**

**PROPÓSITO:** Generar contenidos educomunicativos para comercial de Integridad y Campaña contra el VIH/SIDA y definirlos, para registrar ordenadamente la versión del vídeo.

## GUION LITERARIO

### ESC. 1

**VOZ OFF:** (Contenido locutado)

- Sabías que... “Las jóvenes del siglo XXI de numerosos países han adelantado su primera experiencia sexual respecto a las generaciones anteriores”. (INED)<sup>29</sup>
- El 28% de los hombres y el 18% de las mujeres inician vida sexual antes de cumplir 18 años. (El Heraldo)<sup>30</sup>

---

<sup>29</sup> LA VANGUARDIA. Las jóvenes del siglo XXI adelantan su iniciación sexual. [en línea]. Acerca de la iniciación sexual. (Citado el 08 de febrero de 2018). Disponible en internet: <http://www.lavanguardia.com/vida/20030605/51262776184/las-jovenes-del-siglo-xxi-adelantan-su-iniciacion-sexual.html>

<sup>30</sup> EL HERALDO. El 28% de los hombres y el 18% de las mujeres inician vida sexual antes de cumplir 18 años. [en línea]. (Citado el 08 de febrero de 2018). Disponible en internet: <https://www.elheraldo.co/tendencias/el-28-de-los-hombres-y-el-18-de-las-mujeres-inician-vida-sexual-antes-de-cumplir-18-anos>

- En la comunidad de Madrid se diagnostican más de 1000 nuevas infecciones cada año y una de cada tres personas que tienen VIH, lo desconoce. (Salud Madrid)<sup>31</sup>

- Voces de varias noticias de fondo

- Imagen, producto gráfico o vídeo y el fondo color negro o lugar de fiesta

Otras opciones:

- Puede ser el sonido de una máquina de escribir al tiempo de las letras del texto (si no es locutado).

- VOZ IN: Que el texto sea locutado por alguien y a su vez salga en una parte de la pantalla.

### **ESC. 2**

#### **VOZ OFF:**

- Ya basta de estos datos, sé un joven de impacto, cambia el chip y guárdate por amor.

- Imagen, producto gráfico o vídeo de integridad

- Joven tomando su mochila y saliendo de casa u oficina.

### **ESC. 3**

#### **VOZ OFF:**

- Sí, por amor... a DIOS

- Vídeo de una biblia.

### **ESC. 4**

#### **VOZ OFF:**

- A vosotros

- Vídeo de un chico y una chica en un estudio o biblioteca leyendo un libro.

### **ESC. 5**

#### **VOZ OFF:**

- A él (Un chico tocando la batería)

### **ESC. 6**

#### **VOZ OFF:**

- A ella (Una chica oyendo música en su cuarto)

---

<sup>31</sup> Salud Madrid, portal de salud. [en línea]. Acerca de problemas de salud, infección por VIH. (citado el 08 de febrero de 2018). Disponible en internet:  
[http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1354379123391&language=es&pagename=PortalSalud%2FPage%2FPTSA\\_pintarContenidoFinal&vest=1354383965669](http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1354379123391&language=es&pagename=PortalSalud%2FPage%2FPTSA_pintarContenidoFinal&vest=1354383965669)

**ESC. 7**

**VOZ OFF:**

- A vuestros padres
- Vídeo de Papá y mamá tomados de la mano en una mesa desayunando.

**ESC. 8**

**VOZ OFF:**

- Hermanos
- Vídeo de Niños jugando en un parque

**ESC. 9**

**VOZ OFF:**

- Familiares (Cena en familia)

**ESC. 10**

**VOZ OFF:**

- Amigos (Reunión de música)

**ESC. 11**

**VOZ OFF:**

- Vecinos (Una chica y un chico en bicicleta saludando a un par de señores en un barrio)

**ESC. 12**

**VOZ OFF:**

- Y a vuestras generaciones (Mujer-Mujeres embarazadas reunidas en un salón de costura, juguetes, etc.)

**ESC. 13**

**VOZ OFF:** (Contenido locutado)

- Recuerda que el respeto, la dignidad, tranquilidad, cuidado, alegría, ... debe ser parte de tu día a día, no sólo es vuestra vida, también la de quienes os rodean.
- Persona por cada valor y luego muchas.

**ESC. 14**

**VOZ IN:** (Dos jóvenes)

- Disfruta de vuestra juventud con la mejor actitud, la mejor forma de prevenir es la integridad.

**ESC. 15**

**VOZ OFF:** (Contenido locutado)

- “Ninguno tenga en poco tu juventud, sino sé ejemplo de los creyentes en palabra, conducta, amor, espíritu, fe y pureza”. 1ra de Timoteo 4:12
- Imagen, producto gráfico o vídeo.

Otras opciones:

- Puede ser el sonido de una máquina de escribir al tiempo de las letras del texto (si no es locutado).
- VOZ IN: Que el texto sea locutado por alguien y a su vez salga en una parte de la pantalla.

### **Referentes:**

1. Esc: Abreviatura de escena.
2. Planos: Primer Plano (PP), Plano Medio (PM), Plano Americano (PA), Plano General (PG) y Gran Plano General (GPG).

**Nota:** Cabe recordar que el guion literario es un boceto, pues en algún momento requerirá de unos cuantos ajustes, ya sea en el contenido o en tomas, voz off y lo que el mismo demande.

- En lugar de ser sólo escenas, que quienes aparezcan en éstas, se mencionen.
- Puede aparecer en todo el vídeo una marca de agua en alguna esquina o escrito: “Campaña: Lucha contra el SIDA”

Así como éste, se realizaron muchos otros, con el fin de estructurar las producciones audiovisuales de Solidaria Tv, las cuales, todas, sin excepción, previamente deben tener una preproducción, es decir, realizar una búsqueda online de eventos o actividades en Madrid, contactar y realizar una base de datos para posteriormente enviar correos y así gestionar para el cubrimiento del evento.

De manera que esta estructura como boceto se hace importante para la producción e indudablemente, también, para la producción, tanto para el reportero como para el cámara y asimismo, para la postproducción, ya que es más práctico para el editor tener una hoja de ruta que determine la linealidad que debe tener el producto audiovisual, siendo más efectivo el proceso de producción en sus tres etapas.

En el siguiente cuadro se hace mención de las producciones audiovisuales que se llevaron a cabo, según la estructura de la primera parte del taller preparatorio, los comerciales y las noticias que se elaboraron para la página web:

<b>Título de producción</b>	<b>Producción</b>		
	<b>Reportaje audiovisual</b>	<b>Spot</b>	<b>Noticia</b>
<b>Campaña contra SIDA/VIH</b>	X		
<b>Janucá</b>	X		
<b>Aushwitz</b>	X		
<b>Entrega de regalos: Fundación + Vida</b>	X		
<b>Fitur</b>	X		
<b>Día de la memoria del holocausto</b>	X		
<b>Homenaje a Luis Aragonés</b>	X		
<b>VIII FESTIVAL INTERNACIONAL DE MAGIA DE MADRID</b>	X		
<b>Almuerzo solidario</b>	X		
<b>Sicur</b>	X		
<b>I Congreso internacional sobre género, sexo y educación</b>	X		
<b>Amazon Prime</b>	X		
<b>Ellas crean</b>	X		
<b>World ATM Congress</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Sara Martín Flamenco.</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Adagio y Bulería.</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Dancing Boulevard.</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Centro de Danzas María Rosas.</b>	X		
<b>Voluntarios NY University</b>	X		
<b>Corazón Classic Match</b>	X		
<b>Olive Oil</b>	X		
<b>Tour Bernabéu</b>	X		
<b>Integridad</b>		X	
<b>Transporte</b>		X	
<b>Rastros</b>		X	

<b>Día de los niños</b>		X	
<b>Día de la madre</b>		X	
<b>Inclusión</b>		X	
<b>Servicio</b>			
<b>Feria de discapacidad y empleo</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Escuela Guitarrística.</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Pepe Vento.</b>	X		
<b>Feria de Robótica</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Ovat.</b>	X		
<b>Expodeport: Feria del deporte</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Ezcena Danza.</b>	X		
<b>"Arte y sentimiento" en Pilar Barbancho.</b>	X		
<b>Remar ONG celebra la navidad con los más pequeños</b>			X
<b>Jóvenes de Impacto</b>			X

Además, se generó la idea de un programa para público en general, especialmente, dirigido a niños y jóvenes, pues éste pretende educarles al tiempo que entretenerles con dinámicas, para lograr un rápido aprendizaje.

La idea es que, a partir de una palabra, se desglose una serie de conocimientos, significados y experiencias, que se salga del típico juego de palabras grabado sólo en un estudio de tv, a indagar en la calle, cuestionar a expertos y referenciar películas o canciones de acuerdo con el mensaje generado en todo el programa.

Éste, tendrá como nombre: **HablAndo**, precisamente, porque se tendrá en cuenta más allá del significado, lo que connota, lo que refiere, lo que transporta, en fin, será la puesta en escena de lo adquirido en los talleres, de practicar y así, verificar la pertinencia que éstos tuvieron, porque, el lograr un producto final era la intención de los mismos.

## 4.6 Actividades extraordinarias

Para formalizar el cumplimiento del objetivo número cuatro (4) del plan de trabajo que indica: “Apoyar actividades del departamento de comunicaciones de REMAR España”, se toma registro fotográfico de actividades realizadas como:

### 4.6.1 Campañas



Día mundial de la lucha contra el Sida: 29 y 30 de noviembre, y 1 de diciembre

### 4.6.2 Radio



Entrevista radial testimonial a Voluntaria Brasileira: Fabiola Cristina Travassos Moreira.

### 4.6.3 Televisión



Cámara: A una voz (noviembre 23/17)



Cámara: Arte y sentimiento (diciembre 14/17)



Cámara: A una voz (noviembre 23/17)



Cámara: A una voz (diciembre 15/17)



Cámara: Momentum (diciembre 5/17)



Invitada: Momentum (enero 10/18)





Cámara: Arte y sentimiento (enero 15/18)



Cámara: Arte y sentimiento (enero 16/18)



Cámara: Arte y sentimiento (enero 17/18)



Cámara: Arte y sentimiento (febrero 21 /18)



Cámara: Arte y sentimiento (febrero 22 /18)



Amazon Prime (marzo 5/18)

#### 4.6.4 Taller de comunicación, publicidad y fotografía





Taller de Comunicación, redacción, expresión oral y corporal y fotografía (enero 11-18-25/18; Febrero 1-8-15-22/18)

#### **4.7 Estructura de roles**

Con la intención de conocer cuál es la actividad que desempeña cada una de las personas que laboran en el departamento de comunicaciones de REMAR ESPAÑA, se realiza una revisión de cargos, según funciones establecidas y llevadas a cabo para televisión y plataformas virtuales.

Teniendo en cuenta que el director de Solidaria Media es Daniel Díez, el subdirector, Iván Rodríguez y la directora de producción, Rebeca Díez, se elaboró un listado del equipo humano a cargo en las distintas áreas de producción de contenido.

Luego de realizar este registro de nombres y labores, se realiza una ficha técnica para establecer las personas con las que cuenta REMAR ESPAÑA en el departamento de comunicaciones y relacionarles con sus respectivas funciones en el área de televisión, radio, diseño de material gráfico y manejo de páginas web o redes sociales en pre, producción y post.

Nombre completo	Cargo																						
	Televisión										Diseño			Radio			Web		Profesional en:				
	Programas	Presentación	Noticias	Programador	Cám. Gral.	Cám. Plato	Regidor	Realizador	Sonido	Iluminación	Escenografía y montaje	Post	Piezas Gráficas	Trad.	Prod. Musical	Locución	Téc. sonido	Téc. sonido eventual	Pág. web	Redes sociales	Profesión	Experto	
Joana Díez																							
Karen Díez																							
Paula Díez																							
Debora García																							
Desi Armas																							
Ruth Aroca																							
Sara García																							
Marta Martínez																							
María Martínez																							
Rubén Mate																							
Natalia Mate																							
Andrea De La																							
Ángela De La																							
Ana Magro																							
Ezequiel Vargas																							
Dulcinea Fabbro																							Publicidad
Aser Durán																							
Asier Ugalde																							
Jósele Mederos																							
Yurena Mederos																							
Emilio Andrés																							
Carlos Reich																							
Bernardo Torres																							
Diego Izaguirre																							
Diego Hernando																							Telecomunicacio
Ismael Ubillos																							
Debora Ribeiro																							
Sergio Mendoza																							
Jonathan																							
Ander Ubillos																							
Jon Ubillos																							
Joel Chávez																							Telecomunicacio
Esther Jiménez																							
Melanie Jiménez																							
Raquel García																							
Rebeca Mederos																							
Raquel Naves																							
Nekane Andrés																							
Tatiana Maríneac																							
Marta Jiménez																							
Mikel Gómez																							
Amado Trinidad																							
Rut Monje																							
Rafael González																							Director de
Luis Ortiz																							
Vania Peñaranda																							
Xavier Yepes																							
Samuel																							
Marcos Chicharro																							
Unai Pastrana																							

Ficha técnica: Estructura de roles (diciembre 26/2017)

#### **4.8 Estructura taller de comunicación, fotografía y publicidad**

Teniendo en cuenta la organización que tiene solidaria media en referencia al área de televisión, diseño, radio y plataformas virtuales, se evidencia la necesidad de que el equipo humano se capacite, aprovechando los profesionales que tiene el departamento en publicidad, telecomunicaciones y comunicación.

Viendo que es necesario alinear procesos, incorporar contenidos relacionados a los medios de comunicación masiva, la difusión de información mediante piezas gráficas, la comunicación organizacional y demás temas como: imagen e identidad corporativa, marca personal, reputación, estrategias de comunicación y publicidad, elementos de atención y servicio al cliente de forma presencial, telefónica y virtual, entre otros, que se expondrán más adelante.

Posteriormente, para realizar el primer taller, el día 11 de enero del 2018, se dividió el equipo humano en tres (3) grupos de la siguiente forma:

<b>Taller de Cmc, Fotografía y Publicidad Solidaria media</b>					
<b>Equipo humano</b>	<b>Grupos</b>			<b>Fecha: 11/01/2018</b>	
	<b>#1</b>	<b>#2</b>	<b>#3</b>	<b>P-Tv-PM</b>	<b>Mail</b>
Joana Díez	J-16h				
Yenny Mena					
Sara García					
Rubén Mate					
Andrea De La					
Xabier Yepes					
Rebeca Mederos					
Ester Maceda					
Alba Rodríguez					
Janire Mate					
Yurena Mederos					
Karen Díez		J-17h			
Belén Naves					
Desi Armas					
Marta Martínez					
Natalia Mate					
Abisag					
Ainara Pastrana					
Asier Ugalde					
Rut Monje					
Paula Díez					
Vania Peñaranda			J-18h		
Ruth Aroca					
María Martínez					
Ángela De La					
Israel Arijá					
Debora Ribeiro					
Samuel Velázquez					
Raquel García					
Marta Jiménez					
Juan Fran Gómez					
Ester García					

Luego de este primer taller, se realizó otro el día 18 y 25 del presente mes, luego el 1, 8, 15 y 22 de febrero, puesto que los talleres se asignaron para los jueves, cada semana, con una duración de una a dos horas.

#### **4.8.1 Taller de comunicación**

**Objetivo:** Instruir a jóvenes de Solidaria media en generación de contenidos en las distintas plataformas virtuales, piezas gráficas, radio y televisión.

Este taller se realiza con la intención de que los jóvenes que laboran en el departamento de comunicaciones tengan nociones de elementos básicos de comunicación, para que puedan desenvolverse con apoyo de ciertos conocimientos impartidos en los distintos escenarios comunicativos en que se deban generar contenidos, como lo son: plataformas virtuales, piezas gráficas, radio y televisión.

Se abordaron temas básicos de la comunicación como:

Proceso comunicativo, comunicación organizacional (Imagen, identidad, cultura, clima y valores corporativos), la semiótica (Lenguaje implícito y explícito), estrategias de comunicación, gestión del cambio organizacional, comunicación educativa, canales y medios de comunicación, modelos de comunicación, atención y servicio al cliente, responsabilidad social empresarial, tecnologías de información y comunicación, entre otros, importantes para mejorar las producciones, así como el departamento de comunicaciones en general.

De modo que de este taller se obtuvo un resultado asertivo, el esperado, ya que los jóvenes a quienes se les estaba instruyendo, tienen edades entre los dieciséis y 22 años, y la forma de adquirir conocimientos es afable, además, los contenidos se les proporcionaron de una manera didáctica, mediante ejemplos audiovisuales como tácticos, dinámicas de grupos que permitieron una asimilación de conceptos más práctica.

Concretamente, se resolvieron inquietudes y se concibieron otras, se desbarataron conceptos de comunicación que eran inapropiados y se ejemplificó en el transcurso del taller una comunicación bidireccional, no sólo fue emisor (Instructora) y receptores (Jóvenes Solidaria Media), sino que hubo constante



retroalimentación, además, se solicitó continuar los talleres de forma permanente, siguiendo un proceso lineal.

#### 4.8.2 Taller de redacción

**Objetivo:** Instruir a jóvenes de Solidaria media en generación de contenidos en las distintas plataformas virtuales, piezas gráficas, radio y televisión.

Este taller se realiza con la intención de que los jóvenes que laboran en el departamento de comunicaciones tengan nociones de elementos básicos para redactar textos en los distintos escenarios comunicativos en que se deban generar contenidos, como lo son: plataformas virtuales, piezas gráficas, radio y televisión.

Se abordaron temas básicos y de interés para redactar texto como:

La narrativa y sus elementos, la literatura y sus elementos, géneros narrativos, uso de la palabra<sup>32</sup>, palabras clave (Recordación-posicionamiento-estrategia), uso de las mayúsculas, términos lingüísticos<sup>33</sup>, acentuación<sup>34</sup>, conectores<sup>35</sup>, derecho de autor y para enfatizar en el área legal de éste tema específico, se habló sobre el Código de Propiedad Intelectual de España, entre otros, importantes para mejorar las producciones, así como el departamento de comunicaciones en general.

De modo que de este taller se obtuvo un resultado asertivo, el esperado, ya que los jóvenes a quienes se les estaba instruyendo, fueron los mismos que estuvieron en los talleres de comunicación, los contenidos igualmente, didácticos, ejemplos audiovisuales como tácticos y dinámicas de grupos, ya que se sabía de antemano que, al ser los mismos jóvenes, se obtenía el mismo resultado, una asimilación de conceptos fácilmente.

---

<sup>32</sup> Colegio Bilingüe Khalil Gibran. Normas gramaticales y ortográficas actualizadas. [en línea]. Acerca del uso de la palabra. (citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: <http://colegiokhalilgibran.es/2015/11/03/normas-gramaticales-y-ortograficas-actualizadas/>

<sup>33</sup> RAE. Términos lingüísticos. [en línea]. Acerca de términos lingüísticos. (citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: <http://www.rae.es/diccionario-panhispanico-de-dudas/terminos-linguisticos>

<sup>34</sup> Hispanoteca, ortografía RAE 2010. [en línea]. Acerca de las reglas de acentuación (Citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: <http://hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20espa%C3%B1ola/Ortograf%C3%ADa-%20RAE%202010-Acentuaci%C3%B3n-Tilde.htm>

<sup>35</sup> Centro de escritura Javeriano, guía de conectores RAE. [en línea]. Acerca de los conectores. (Citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: [http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos%20C.E/Estudiantes/Durante/guia\\_de\\_conectores](http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos%20C.E/Estudiantes/Durante/guia_de_conectores).

Se solicitó nuevos talleres de ortografía, ya que, al realizarse una actividad de transcribir un texto con fallas ortográficas para ser corregidas, se evidenció un nivel básico, especialmente, las tildes no se realizaban, situación que no es muy favorable para un departamento precisamente de comunicaciones, en donde se requiere, sea muy buena, para redacción de textos para televisión, radio, prensa, lo que sea, o los textos de material gráfico.

#### **4.8.3 Taller de expresión oral y corporal**

**Objetivo:** Generar un espacio de aprendizaje didáctico a jóvenes de Solidaria media, de acuerdo con los contenidos adquiridos en los talleres de comunicación y redacción.

Este taller se realiza con la intención de que los jóvenes que laboran en el departamento de comunicaciones tengan nociones de elementos básicos a practicar, referentes a postura, manejo del lenguaje, de público y demás elementos para proyectar en los distintos medios de comunicación.

Se abordaron temas básicos de expresión oral y corporal como:

Comunicación verbal y no verbal (expresión oral, facial, visual y corporal), técnica 4-7-8, acentuación, postura, imagen, técnica espejo, plasticidad cerebral, lenguaje, sorfeo musical, proyección, entonación, intencionalidad, lectura del entorno, signos, símbolos, entre otros y/o técnicas de forma y fondo que dinamizan la actividad de aprender mediante la praxis y a estimular la mente, al igual que todos los sentidos.

Se logró destacar talentos para la presentación y fue tan positivo que surgió la idea de contar con algunos jóvenes para elaborar un programa dirigido a la población joven, el cual tendrá un enfoque educomunicativo y evangelizador.

#### **4.8.4 Taller de fotografía**

**Objetivo:** Generar un espacio de aprendizaje didáctico a jóvenes de Solidaria media, para aprender sobre elementos básicos de fotografía y emplearlos en registro fotográfico.

Este taller se realiza con la intención de que los jóvenes que laboran en el departamento de comunicaciones tengan nociones de elementos básicos a practicar, referentes a la realización de material fotográfico para efectuar y postear en los distintos medios de comunicación de Remar España.

Se abordaron temas básicos de la fotografía como:

Historia de la fotografía, elementos de la fotografía, tipografía de planos, angulación, triángulo de exposición, fuentes de información, regla de tercios, Cámaras (Estenopeica, analógica, instantánea, digital, réflex, sin espejo y compacta), iluminación, registro fotográfico, entre otros que dan pauta para la toma óptima de fotografías.

Se evidenció un gusto por la fotografía y aprender lo máximo sobre conceptos básicos planteados durante el taller, con proyección a convertirse en profesionales en esta área en particular, para realizar buenas tomas fotográficas y adjuntarlas a las piezas gráficas que se elaboran y se postean o imprimen.

#### **4.8.5 Taller de publicidad**

**Objetivo:** Generar un espacio de aprendizaje didáctico a jóvenes de Solidaria media, para aprender sobre elementos básicos de la publicidad y emplearlos en la elaboración de material gráfico.

Este taller se realiza con la intención de que los jóvenes que laboran en el departamento de comunicaciones tengan nociones de elementos básicos a practicar, referentes al diseño de piezas gráficas, para postear en los distintos medios de comunicación de Remar España.

Se abordaron temas básicos de la publicidad como:

Reglas de diseño editorial, teoría del color, estilo, fotografía, tipografía, ortografía, diagramación, publicidad, entre otros conceptos que permiten una visión más clara para la elaboración de material gráfico en el departamento de comunicación de Remar España.

Este taller en específico permitió expandir la visión de los jóvenes del área de diseño, a través de ejemplos concretos que se expusieron, los mensajes connotados que usan las marcas más conocidas, aquellas que se encuentran

posicionadas en la mente y el corazón del consumidor, lo que en términos técnicos se llama: Top of mind and top of heart y posteriormente, colocar todo en práctica en los trabajos del día a día.

#### 4.9 Estructura de contacto

Con el fin de lograr una organización en la obtención de una línea directa de contacto para las actividades o eventos que se realicen en Madrid, de modo que se pueda tener concretamente qué eventos son anuales o comienzan a serlo y demás, se elabora una ficha técnica que permite recopilar los datos pertinentes y puntuales requeridos, como se presenta a continuación:

Actividad/ evento	PRODUCCIÓN							
	TELEVISIÓN							
	DATOS				CONTACTOS		FRECUENCIA	
	FECHA	HORA	LUGAR	ENCARGADO	TELEFONO	EMAIL	EVENTUAL	ANUAL
Nombre de la actividad/evento	00/00/18	00h.	Nombre de la ciudad	Nombre del responsable	Celular	Personal o institucional	X	
Nombre de la actividad/evento	00/00/18	00h.	Nombre de la ciudad	Nombre del responsable	Celular	Personal o institucional		X

Esta estructura, permitió una mejor obtención de información, de contactos, especialmente, para realización de reportajes informativos y el programa: “Arte y sentimiento”.

## **5. Impacto esperado**

Cumplir con los objetivos del Servicio Social, al igual que se logre llevar a cabo la estructura que se ha propuesto y más que mantener las expectativas que se plantean en el tiempo que éste dure, superarlas, para conseguir finalizarlo con la satisfacción de haberlo realizado de la mejor manera y por supuesto, permitir que ante una próxima oportunidad de servir en el área que me he desempeñado, se hallen las puertas abiertas en la misma organización en que se realizó dicha labor, cumpliendo con este requisito de grado.

De otro modo, con la intención de servir al prójimo, asimismo, de alcanzar mayores logros luego de este proceso formativo y con el fin de obtener el título de Comunicación Social-Periodismo.

## Conclusiones

Se realizó una revisión de los contenidos digitales de REMAR España, para sugerir a partir de allí, un plan de mejoras de producción y evidenciar directamente, el cumplimiento del objetivo principal “Generar contenidos mediáticos para fortalecer la producción audiovisual del conglomerado de medios: Solidaria media, en REMAR España”.

Lo anterior, mediante la elaboración de planes de producción audiovisual para programas que contengan reportajes informativos, culturales y solidarios, también, de música y baile, como, por ejemplo: “Arte y sentimiento”, de modo que, los siguientes contenidos mediáticos que se elaboren, serán producidos de manera integral, es decir, tengan una linealidad en cuanto a preproducción, producción y posproducción, y que alimente a su vez, las plataformas digitales.

De hecho, fueron diseñados unos talleres preparatorios y además, llevados a cabo, para estructurar las producciones audiovisuales, éstos, como modelo, para efectuar las presentes producciones y aquellas que surjan a futuro, de igual forma, para que haya una correcta y ordenada forma en que se registre el material audiovisual.

Se realizaron reportajes de distintas actividades y/o eventos, como contenidos mediáticos para el programa “Amigos” y otros más, para “Arte y sentimiento”, que serán transmitidos por el canal de televisión de Solidaria Tv y sus plataformas virtuales, además, de ser cámara para producciones como “Integridad en la alabanza”, “Momentum”, “Arte y sentimiento”, “A una sola voz”, entre otros.

Se logró instruir, mediante talleres de comunicación, redacción, expresión oral y corporal, fotografía, publicidad y manejo de equipo técnico de producción al personal que labora en el departamento de comunicaciones de Solidaria Media, actividad que proporcionó contenidos básicos de los temas principales, pues se optó por distribuir de acuerdo con los roles desempeñados y darle un manejo teórico-práctico, por lo que obtuvo acogida, por parte de los jóvenes que participaron.

Se realizó también, un taller de informática, en especial, acerca del programa: Word, en el que se compartió los conocimientos adquiridos y así como los ya mencionados, en fin, se efectuaron diversas labores, adicionales al servicio social,

pero que se alineaban al último objetivo de éste, el apoyar todas las actividades que surjan.



## Recomendaciones

Es pertinente continuar con actividades que permitan fortalecer al equipo humano de Solidaria Media, mediante talleres teórico-prácticos sobre temas de comunicación, redacción, expresión oral y corporal, publicidad, fotografía y manejo de equipo técnico de producción, realizados en las instalaciones de REMAR España, para que los jóvenes que allí laboran, adquieran mayores conocimientos que les permitan crear nuevas formas que den linealidad a los mensajes de evangelio y solidaridad que se proyectan.

Es importante, mantener presentes los colores institucionales, el logo y demás ítems de imagen e identidad, de la comunicación corporativa, para que no se pierda el proceso que se lleva en cuanto a la marca y su posicionamiento, mediante la elaboración de contenidos que más que informar, eduque y comunique.

Se recomienda tener presente los planes de producción y los procesos comunicativos, para garantizar el éxito de las producciones audiovisuales que se realicen, asimismo, organizar y/o estructurar los perfiles, roles y funciones que le corresponden a quienes laboran en el departamento de comunicaciones, aunque se logró verificar las tareas que cada uno realiza, es indispensable que haya un orden más acorde a las ocupaciones.

## Bibliografía

DELGADO GIL, Juan Sebastián. Networking 2.0: Una mirada diferente. Render web, tejido digital. Colombia. Pág. 7-10.

FREIJEIRO DÍEZ, Sara. Técnicas de Comunicación: La comunicación en la empresa. 1ra. Edición. Vigo: Ideaspropias Editorial. 2010. España. Páginas 136.

MANTILLA, Mario. Boceto de sesión de derechos, suministrada en la asignatura: Narrativa y Taller de Cine. Semestre II-2016. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana.

MEJÍA, Marco Raúl. Las nuevas comunicaciones educativas: de lo escrito a lo digital. Revista Pedagogía y Saberes No. 6. 1995. Colombia. Pág. 39 – 48.

MORAL TORANZO, Félix. Comunicar: Internet como marco de comunicación e interacción social. Revista Científica de Educomunicación. Málaga, España. Pág. 231-237.

RESTREPO DE GUZMÁN, Mariluz. Bases para la comprensión científica de la comunicación. Revista Signo y Pensamiento No. 3, 1984. Colombia. Pág. 77 – 88.

RODRÍGUEZ DE SAN MIGUEL, Andrade. La comunicación en las organizaciones. Editorial Trillas. 2005. México. Pág. 11-17.

VELAZCO, Zully. (2013). Ficha para el análisis Social Media, suministrada en la asignatura: Práctica profesional. Semestre I-2017. Bucaramanga: Universidad Pontificia Bolivariana.

## Webgrafía

CASTELLS, Manuel. Internet y la sociedad red. [en línea]. Acerca de la sociabilidad en internet. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain7.html>

CATARINA, la televisión. [en línea]. Acerca de la televisión. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lco/trejo\\_f\\_k/capitulo1.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/trejo_f_k/capitulo1.pdf)

Centro de escritura Javeriano, guía de conectores RAE. [en línea]. Acerca de los conectores. (Citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: [http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos%20C.E/Estudiantes/Durante/guia\\_de\\_conectores.pdf](http://portales.puj.edu.co/ftpcentroescritura/Recursos%20C.E/Estudiantes/Durante/guia_de_conectores.pdf)

Colegio Bilingüe Khalil Gibran. Normas gramaticales y ortográficas actualizadas. [en línea]. Acerca del uso de la palabra. (citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: <http://colegiokhalilgibran.es/2015/11/03/normas-gramaticales-y-ortograficas-actualizadas/>

Comunicación Interactiva UFT. Bitácora de la clase de comunicación interactiva T-716 de la UFT. [en línea]. Acerca de la interactividad. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <https://interactivosuft.wordpress.com/2007/04/18/la-interactividad/>

Confesiones de una compradora compulsiva-Trailer. [en línea]. (Citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: <https://youtu.be/Ep8OIPNXXHE>

Despacito en 40 países del mundo. [en línea]. (Citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: <https://youtu.be/2E4mlxNDPeQ>

EL HERALDO. El 28% de los hombres y el 18% de las mujeres inician vida sexual antes de cumplir 18 años. [en línea]. (Citado el 08 de febrero de 2018). Disponible en internet: <https://www.elheraldo.co/tendencias/el-28-de-los-hombres-y-el-18-de-las-mujeres-inician-vida-sexual-antes-de-cumplir-18-anos>

Hispanoteca, ortografía RAE 2010. [en línea]. Acerca de las reglas de acentuación (Citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet:

<http://hispanoteca.eu/Gram%C3%A1ticas/Gram%C3%A1tica%20espa%C3%B1ola/Ortograf%C3%ADa-%20RAE%202010-Acentuaci%C3%B3n-Tilde.htm>

LA VANGUARDIA. Las jóvenes del siglo XXI adelantan su iniciación sexual. [en línea]. Acerca de la iniciación sexual. (Citado el 08 de febrero de 2018). Disponible en internet: <http://www.lavanguardia.com/vida/20030605/51262776184/las-jovenes-del-siglo-xxi-adelantan-su-iniciacion-sexual.html>

MARKETING DIGITAL, cualidades y características de los diferentes medios. [en línea]. Acerca de marketing y comunicación. (Citado el 28 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://www.jaimefernandez.com/cualidades-y-caracteristicas-de-los-diferentes-medios-prensa-revistas-exterior-digital-tv/>

OBREGON, Rafael. RODRIGUEZ, Clemencia. VEGA, Jair. Estrategias de comunicación para el cambio social. [en línea]. Acerca de la comunicación para el cambio social. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/vifa-latam/c02-02534.pdf>

RAE. Significados. [en línea]. Acerca de internauta. (Citado el 04 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <http://dle.rae.es/?id=LvqsKVk>

RAE. Términos lingüísticos. [en línea]. Acerca de términos lingüísticos. (citado el 30 de enero de 2018). Disponible en internet: <http://www.rae.es/diccionario-panhispanico-de-dudas/terminos-linguisticos>

REMAR, Historia de Remar. [en línea]. Acerca de Remar (citado el 23 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://remar.org/acerca-de-remar/historia-de-remar>

REMAR. Misión. [en línea]. Acerca de la misión de REMAR. (Citado el 05 de febrero de 2018). Disponible en internet: <http://remar.org/acerca-de-remar/mision>

REMAR. Remar ONG celebra la navidad con los más pequeños. [en línea]. (Citado el 29 de diciembre de 2017). Disponible en internet: <http://remar.org/noticias3/1729-remar-ong-celebra-la-navidad-con-los-mas-pequenos>

REMAR. Principios y valores. [en línea]. Acerca de principios y valores REMAR. (citado el 05 de febrero de 2017). Disponible en internet: <http://remar.org/acerca-de-remar/principios-y-valores>

REMAR. Visión. [en línea]. Acerca de la visión REMAR (citado el 05 de febrero de 2018). Disponible en internet: <http://remar.org/acerca-de-remar/vision>

Salud Madrid, portal de salud. [en línea]. Acerca de problemas de salud, infección por VIH. (citado el 08 de febrero de 2018). Disponible en internet: [http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1354379123391&language=es&pagename=PortalSalud%2FPage%2FPTSA\\_pintarContenidoFinal&vest=1354383965669](http://www.madrid.org/cs/Satellite?cid=1354379123391&language=es&pagename=PortalSalud%2FPage%2FPTSA_pintarContenidoFinal&vest=1354383965669)

Solidaria media. [en línea]. Acerca de Solidaria media. (citado el 27 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://solidariamedia.com/>

Solidaria Tv. [en línea]. Acerca de Solidaria Tv. (citado el 27 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://es.solidariatv.com/nosotros>

Taller de comunicación. Prezi. [en línea]. Acerca de elementos básicos de la comunicación para implementar en las organizaciones. (citado el 08 de enero de 2018). Disponible en internet: <https://prezi.com/trx6ijpa0xaj/taller-de-cmc>

Taller de expresión oral y corporal. Prezi. [en línea]. Acerca de técnicas prácticas para desarrollar habilidades comunicativas. (citado el 16 de enero de 2018). Disponible en internet: <https://prezi.com/ppa-kbyfrlch/taller-de-expresion-oral-y-corporal/>

Taller de fotografía. Prezi. [en línea]. Acerca de elementos básicos de fotografía para emplear en registro fotográfico. (citado el 08 de febrero de 2018). Disponible en internet: <https://prezi.com/-pv2n0ymeoei/taller-de-fotografia/>

Taller de publicidad. Prezi. [en línea]. Acerca de elementos básicos a saber para elaborar piezas gráficas. (citado el 08 de febrero de 2018). Disponible en internet: <https://prezi.com/qs1po20rrrh/taller-de-publicidad/>

Taller de redacción. Prezi. [en línea]. Acerca de elementos básicos a saber para redactar textos. (citado el 16 de enero de 2018). Disponible en internet: <https://prezi.com/gbas0b45iwc/taller-de-redaccion/>

Visual777 Producciones. [en línea]. Acerca de Visual 777 Producciones. (citado el 27 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://www.visual777.com/>

Visual Print. [en línea]. Acerca de Visual Print. (citado el 27 de noviembre de 2017). Disponible en internet: <http://www.visualprint.es>

## Anexos

### Anexo A

Listado del equipo humano de Solidaria Media:

Joana Díez: Diseño

Karen Díez: Producción de noticias, locución y web Remar

Paula Díez: Cámara y diseño

Débora García: Diseño

Desiré Armas: Edición y cámara

Ruth Aroca: Edición

Sara García: Web Remar y traducción

Marta Martínez: Diseño

María Martínez: Diseño y traducción

Rubén Mate: Diseño

Natalia Mate: Edición

Andrea De La Fuente: Presentadora, productora y edición

Ángela De La Fuente: Diseño

Ana Magro: Edición

Ezequiel Vargas: Diseño (Profesional en publicidad)

Dulcinea Fabbro: Producción, presentadora, edición y cámara

Aser Durán: Edición y técnico de sonido

Asier Ugalde: Técnico de sonido

Jósele Mederos: Radio y técnico de sonido

Yurena Mederos: Radio y técnico de sonido

Emilio Andrés: Técnico de sonido

Carlos Reich: Locutor

Bernardo Torres: Locutor

Diego Izaguirre: Técnico de sonido y producción musical

Diego Hernando: Técnico de sonido y telecomunicaciones (Trabaja con antenas)

Ismael Ubillos: Iluminación y plataformas virtuales

Débora Ribeiro: Edición

Sergio Mendoza: Presentador, edición y cámara general

Jonathan Mederos: Realizador, regidor, cámara general y técnico de sonido eventual

Ander Ubillos: Cámara, escenografía y montaje, y técnico de sonido eventual

Jon Ubillos: Páginas web y redes sociales, cámara, escenografía y montaje, sonido

Joel Chávez: Ingeniero de telecomunicaciones, programador, páginas web y redes sociales, cámara, escenografía y montaje

Esther Jiménez: Cámara de plató

Melanie Jiménez: Cámara de plató y colaboradora

Raquel García: Cámara de plató

Rebeca Mederos: Cámara de plató

Raquel Naves: Cámara y edición

Nekane Andrés: Productora y presentadora

Tatiana Marineac: Presentadora de programas en italiano

Marta Jiménez: Cámara plató

Mikel Gómez: Cámara general (Regidor) y técnico de sonido eventual

Amado Trinidad: Realizador

Rut Monje: Presentadora y productora

Rafael González: Director de fotografía, iluminación, realización, edición, producción y web

Luis Ortiz: Presentador y productor

Xavier Yepes Antón: Radio (cuñas: spot publicitario), cámara plató y técnico de sonido eventual

Samuel Velázquez: Cámara

Marcos Chicharro: Técnico de sonido eventual

Unai Pastrana: Cámara, iluminación, edición y técnico de sonido eventual