

**“PROGRAMA DE TELEVISIÓN COMUNITARIA”. “Control Music”**

**Gustavo Adolfo Delgado González**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI, 16 DE JUNIO 2009**

**PROGRAMA DE TELEVISIÓN COMUNITARIA “Control Music”**

**Gustavo Adolfo Delgado González**

**Pasantía para optar al título de comunicador Social Periodista**

**Director**

**LUÍS FERNANDO RONDEROS**

**Comunicador Social Periodista**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
SANTIAGO DE CALI**

**2009**

**Aprobado por el Comité de Grado  
en cumplimiento de los requisitos  
Exigidos por la Universidad  
Autónoma de Occidente para  
optar al título de Ingeniero  
Industrial**

**DIEGO LENNIS**

**Jurado1**

**JUAN CARLOS ROMERO**

**Jurado2**

**Santiago de Cali, 01 de Febrero de 2009**

**AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por permitirme culminar este proceso y brindar la fortaleza para enfrentar el reto de graduarme como profesional. De igual forma agradezco a mi padre Rubio Reinel Delgado, a mi madre Gladys E. González, por su apoyo, esfuerzo, tiempo, dedicación y guía durante mi proceso de formación como persona y como profesional. Gracias a toda mi familia y la gloria entera a papito Dios.

## CONTENIDO

	PÁG.
1. PROGRAMACIÓN TELEVISIVA, “PROGRAMA DE TELEVISIÓN COMUNITARIA”. “Control Music”	10
2. INTRODUCCIÓN	10
3. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	12
4. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA	15
5. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
6. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
6.1. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA	18
7. OBJETIVO	19
7.1. OBJETIVO GENERAL	19
7.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS	19
8. JUSTIFICACIÓN	20
9. INTERESES ACADÉMICOS	22
10. INTERESES PROFESIONALES PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE.	23
11. INTERESE LABORAL PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE	24

<b>12. INTERESE Y APORTE PRODUCTIVO PARA LA ORGANIZACIÓN DONDE DESARROLLO LA PROPUESTA.</b>	<b>24</b>
<b>13. MARCO DE REFERENCIA</b>	<b>26</b>
<b>13.1. MARCO CONCEPTUAL</b>	<b>26</b>
13.1.1. La televisión	26
13.1.2. Montaje	26
13.1.3. Postproducción de imagen o video	27
13.1.4. Entretener	27
13.1.5. Entretenimiento	28
<b>13.2. MARCO TEÓRICO</b>	<b>28</b>
<b>14. METODOLOGÍA</b>	<b>33</b>
<b>14.1. DESARROLLO DE PLAN METODOLÓGICO DE LA PASANTÍA</b>	<b>33</b>
14.1.1. Estructura Del programa Control Music	33
14.2. ¿QUÉ SE CUMPLIÓ DE LO PACTADO Y CÓMO?	36
14.3. ¿QUÉ NO SE CUMPLIÓ Y PORQUÉ?	36
14.4. ¿QUÉ HERRAMIENTAS UTILIZÓ?	37
14.5.. ¿QUÉ PROCEDIMIENTOS FUERON UTILIZADAS PARA CUMPLIR CON LA PROPUESTA?	38
14.6. ¿CUÁLES FUERON LOS ELEMENTOS INNOVADOR DE SU PROPUESTA?	38
<b>15. CRONOGRAMA</b>	<b>39</b>
<b>16. LABORES REALIZADAS</b>	<b>42</b>
<b>17. TALENTOS Y RECURSOS</b>	<b>42</b>
17.1. TALENTO HUMANO	42
17.2. RECURSOS FÍSICOS	42
<b>18. RESULTADOS</b>	<b>43</b>

<b>19. CONCLUSIONES</b>	<b>44</b>
<b>20. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>45</b>

## LISTA DE TABLAS

	PÁG.
1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	40



**PROYECTO PASANTIA COMO OPCIÓN DE GRADO**  
**Programa de TV Canal 4 de ASOCOM**

## INTRODUCCIÓN

La televisión local, a través de los tiempos, ha tenido una evolución considerable, debido a la cantidad de personas que ven y escuchan este tipo de productos audiovisuales locales, que permiten la participación de una comunidad dentro de su propio medio de comunicación. Los medios locales, en este caso la televisión comunitaria, genera espacios de participación que generan un lenguaje interno, local, coloquial, que crea un valor agregado que hace que el público se identifique con su propio lenguaje. Esto lo hace más participativo y cercano a su objetivo; la comunidad. Cuando se habla del cambio de la televisión comunitaria, hacemos referencia a una serie de elementos que en otras épocas era muy difíciles de obtener, la tecnología. Este recurso, ahora es más fácil y asequible. Antes, la grabación de video era complicada y costosa. De igual forma tener acceso a equipos de edición análogos o digitales, era muy complicado. Esto hacia que la televisión de bajo presupuesto se convirtiera en algo tedioso y complicado de producir. Ahora, contamos con la tecnología básica, la cual es de fácil acceso; una cámara de video, que se utiliza para hacer video y también con VTR – video tape record - o como capturadota de video, un computador con buenas especificaciones y de última generación, que se utiliza para edición y diseño de piezas graficas del programa.

Sin embargo, el obtener aparatos novedosos, no quiere decir que ya todo esta hecho. Dicha tecnología, debe ser bien aprovechada y se debe saber utilizar. Se requieren de personas idóneas, capacitadas con buenos conceptos de academia que permita el desarrollo de una parrilla de programación, con buenos contenidos e ideas innovadoras; permitiendo dar curso a la evolución de estos medios locales. Es interesante en la medida que se pueda contar con la participación de estudiantes universitarios que permitan desarrollar un espacio de instrucción conceptual, los cuales pueden generar ideas frescas y nuevas y propongan formatos televisivos aprendidos en la academia que

generen un cambio dentro del medio. La teoría y los conceptos académicos puestos en práctica harían un aporte significativo dentro del proceso de evolución de la televisión comunitaria. La identificación de formatos televisivos, el reconocimiento esquemático de una programa de televisión, elementos audiovisuales característicos tales como; manejo de cámara, planos de discurso, teoría del montaje, manejo de post producción, diseño y elementos gráficos de identidad televisiva, musicalización según el tema del programa, conceptos básicos de sonido en campo o en estudio, entre otros. Estos elementos que parecen no tener en cuenta en algunas producciones de televisión comunitaria son esenciales y a la vez determinantes en su calidad y excelente desarrollo del mismo, así se hablaría de realización audiovisual más profesional. Cuando se habla de realización audiovisual de calidad, se refiere a la televisión que se hace con los esquemas que se utilizan en canales nacionales, los cuales han sido descritos anteriormente en este texto. Claro esta que se debe tener en cuenta los alcances que poseen los canales nacionales con respecto a los canales comunitarios. Sin embargo se elaboran esquemas de planeación, y hace programas esquematizados que tengan conceptos técnicos que permitan un desarrollo óptimo y pulido de los productos audiovisuales que se puedan realizar en este tipo de medios.

Este proyecto apunta a reconocer el valor de un medio de comunicación comunitario. Por esa razón, se busca generar un aporte profesional y conceptual desde la academia y darle la mano al conocimiento empírico, para capacitar y sembrar conceptos generales de realización televisiva.

En este caso, se presentara un proyecto enfocado a la música y darle un uso dentro de lo audiovisual. La música juega un papel interesante dentro de una comunidad, porque representa sentimientos, elementos de discurso cultural y un espacio de participación de la comunidad.

## 1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

El proyecto se llevara a cabo en Canal 4 de la empresa de televisión por cable **ASOCOM**. La oficina esta ubicada en la Carrera 76 oeste # 1- 33 en el barrio los Chorros en la comuna 18 de la ciudad de Santiago de Cali. La oficina Administrativa esta en el barrio Meléndez en la Calle 4B # 93 – 64.

La asociación de usuarios de televisión por cable reconocida por la siglas, ASOCOM, nació de una necesidad social del los habitantes de la comuna 18 de Santiago de Cali. Comuna que supera los 8000 habitantes, los cuales mediante actividades varias de recolección de fondo y recursos económicos, se llevo a cabo el proyecto que tanto necesitaba la comunidad. Televisión comunitaria sin ánimo de lucro. Pese a las diferentes condiciones socio económicas que atravesaban las personas que habitaban esta comuna, pensaron en la necesidad tener un servicio de televisión por cable. Dicha comunidad, se caracteriza por vivir humildemente con los elementos básicos de subsistencia, servicios públicos y teléfono, servicios que en ese entonces no tenían la suficiente cobertura. Dentro de la necesidad estaba tener una empresa de televisión por cable que interesara en el sector y proporcionara el servicio. Teniendo la posibilidad de dejar a un lado las antenas de tierra que difícilmente les entregaba una deficiente señal de televisión nacional y también poder disfrutar de los diferentes canales extranjeros. Casi el 70% de la comunidad viven dentro de los estratos 1, 2 y 3, los cuales poseen problemáticas sociales y económicas marcadas, marginación, pobreza, desempleo, problemas de seguridad, delincuencia común, entre otros. Con todo y las muchas necesidades que la comunidad tenia, los líderes comunales decidieron tener parte en este proyecto y se llevo a cabo la recolección de fondos económicos por parte de los mismos habitantes y comprar poco a poco los diferentes elementos que les permitieran tener una empresa de televisión por cable. Que tuviera unas características: asequible, económica, y fácil de conseguir. Dadas las condiciones sociales antes descritas, se requieren precios económicos, y con la cobertura en toda la comunidad.

El principal objetivo era tener el servicio de televisión por cable era contar con una señal de buena calidad y canales internacionales. De igual forma generar en la comunidad una programación televisiva que forjara participación activa de la misma. Por ley de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV) en el Acuerdo 06 de 2006; estipula que toda empresa de televisión por cable, debe tener un canal dentro de la comunidad para generar un espacio interno de comunicación y propiciar las producciones propias mínimas de 2 horas diarias. Esto permite tener un contacto directo con el medio televisivo, fomentar los grupos sociales, implementar educación por medio de programas de capacitación a madres cabeza de familia y jóvenes. Fortalecer los vínculos de comunidad; entre otros objetivos que dieron pie a generar este proyecto.

Esta televisión social y comunitaria, ha brindado a la comunidad durante estos 9 años desde que ASOCOM fue creada legalmente desde el año 1999 como una empresa legal, con estatutos, cámara y comercio, la posibilidad de realizar producción propia, con temáticas educativas que permitían a la misma vez alimentar el entretenimiento de los emisores. A pesar de figurar como entidad sin ánimo de lucro, no hace parte de la razón social ONG, porque en realidad la empresa como tal, produce unos dividendos, que no llegan a nadie específicamente, simplemente son reinvertidos a la misma labor. Se invierte en equipos, redes, instalaciones, antenas y servicio técnico. Lo mas costoso y dispendioso es la adecuación de redes y cableado que llegue a toda la comunidad. Es decir que no tienen un costo de servicio y utilización. Los aportes mensuales por la conexión, son solo para la manutención de las redes, compra de equipos para transmisión de señal y el mantenimiento de las mismas, de igual forma el personal técnico y operario, tanto de trabajo de campo como interno, que hace posible estas labores.

Esta organización se ha visto afectada por la competencia de otras empresas de televisión por cable que tienen mayor cobertura y variedad de canales, sin embargo, ASOCOM, cuenta con la tarifa mas económica del mercado, lo que

permite que muchas personas, que no pueden adquirir otro servicio mas costoso, tenga el acceso a televisión a buen precio.

ASOCOM es una empresa conformada por una asociación de usuarios colectiva de la comuna 18 de Santiago de Cali, la cual presta hace 9 años el servicio de televisión por cable para la comunidad, con televisión comunitaria, contando con 60 canales entre ellos canales nacionales, Caracol, RCN, Canal institucional, Canal Uno, Señal Colombia, Canal C, canal del congreso, Tele Pacifico, Tele Amiga, Cable Noticias, Tele Antioquia, Tele País, City TV, Canal 14. Canales infantiles Como: Discovery kids, Cartoon Network, Jetix, y Disney Channel. Canales de pelicula y entretenimiento: TNT, FOX, cinema+, Hallmark, AXN, FX, Sony, pop TV, E Entertainment television, de película, Cine Max, Tele novelas; canales educativos y documentales como Discovery channel, Discovery and adventure, Travel channel, History Channel, travel & living, casa club, Home and Health, Animal Planet, Nacional Geographic Channel. La cobertura de las redes de ASOCOM tiene más de 6.500 usuarios dentro del rango de expansión de redes de servicio de la organización, los cuales pueden disfrutar de una buena señal, por solo \$17.500 pesos mensuales y contando con buenos canales que brindan entretenimiento, información y ocio.

## **2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

Dentro de la televisión comunitaria se pueden llevar acabo muchos proyectos dirigidos a las comunidades, por medio de los canales locales o comunales. Trabajos de capacitación, educación, interacción social, producciones propias, entre muchas posibilidades que nos brinda tener un medio masivo de comunicación como la Televisión. Sin embargo, debido a la falta de recursos y de talento humano que se comprometa con este tipo de proyectos, se han desaprovechado muchas de las ventajas que tienen este tipo de medios. ASOCOM se crea con el ánimo de contar con un medio que sirva a la comunidad.

#### 4. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

ASOCOM es un proyecto que nació de la comuna 18, por la iniciativa de líderes comunitarios que pensaron que sumando esfuerzos podían obtener algo casi inalcanzable. Después de cumplir con varios de sus compromisos para recoger el dinero necesario y dar inicio a su tan anhelado proyecto, hicieron la primera compra de unas antenas de transmisión, rollos de cable coaxial y de más material que permitió dar inicio al proyecto tan anhelado en la comuna, la televisión por cable. Podemos ver se genera un valor agregado que es el esfuerzo de todos los que creyeron en este proyecto, el cual es el de un fuerte sentido de pertenencia de una empresa de televisión por cable.

Encontramos que existe una parrilla de programación, la cual esta dada principalmente por videos musicales y películas, los programas de realización propia son prácticamente nulos, o por lo menos, no con un formato descrito y organizado que lleve un contenido definido previamente. Por esta razón, se ve la necesidad de llevar acabo acciones que permitan tener un programa de televisión que ofrezca la posibilidad a la comunidad de participar dentro de su contenido, por ende, se piensa en un producto que tenga que ver con un elemento que fácilmente ejerza una influencia dentro de los afiliados de ASOCOM.

Según encuestas realizadas por las personas encargadas del canal 4 de ASOCOM, las cuales se llevaron acabo en la oficina, la cual funciona como punto de pago de las mensualidades, las personas que se acercaron a pagar, fueron entrevistadas; con esto se trato de indagar cual era el principal elemento fundamental que querían tener dentro de un programa de Televisión. Se determinaron 5 opciones las cuales se les daba a los entrevistados a escoger. Entre ellas estaban; Programas culturales, musicales, deportivos, de entretenimiento o humor y religioso. La mayoría de personas respondieron que programación musical, seguido de entretenimiento y humor. Dentro de la misma indagación, se daba a conocer una serie de elementos de participación,



tales como: Correo al programa, correos electrónicos, llamadas, participación presencial. Dentro de los elementos participativos mas votados fueron la presencia dentro del programa y las llamadas telefónicas. Esto resultados nos daban datos claves para la realización de este proyecto

Por eso se decide llevar acabo un programa de televisión que ofrezca un espacio de participación musical; Dentro del fenómeno que se da en Cali, encontramos que la influencia de diferentes géneros musicales, tales como el regeton, el rap, la salsa, la música popular, hacen parte de la cultura del sector donde se pretende trabajar; Comuna 18, ubicadas en el sur de Cali; la cual comprende barrios como Meléndez, alto Meléndez, Nápoles, Alto Nápoles, Barrio Caldas, Los Farallones, Alférez Real, Francisco Eladio Ramírez, Prados del Sur, Horizontes, Mario Correa Rengifo, Batallón Pichincha, urbanización Nápoles. El jordán, Sector Meléndez, Sector Jordán y Lourdes. También hace parte un sector que es considerado ladera, tales como La Choclona, los chorros y Las Minas.

El canal comunitario brinda a la comunidad la posibilidad de tener un contacto más cercano con el medio. Y este viene siendo el tópico central para conducir este proyecto. Se siente una necesidad de interactuar con la comunidad en términos de participación y llevando felicidad a todos los hogares que están afiliados a esta empresa de Televisión por cable. Según las indagaciones que nos entregan las personas encargadas del canal, a la comunidad le gusta ser participe de los medio de comunicación dentro de su propio entorno, desde su propio barrio. Esto puede tener una explicación muy sencilla; en este tipo de programas de televisión se genera un efecto de una fama instantánea y repentina o de momento, haciendo que las personas se sientan atraídas al saber que en su barrio lo van a ver y será tema de conversación, o simplemente puede ver a las personas que se atreven a participar dentro del programa. Ahora es la responsabilidad del medio prestar ese espacio de participación que tanto necesita la comunidad para llevar a cabo proyecto o ver a su propio pueblo reflejado dentro del medio. Supliendo la necesidad que tiene la comunidad de un medio de comunicación que sea para el beneficio mismo.

## **5. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El problema base es la falta de programación propia y entretenida para los usuarios de ASOCOM. Se requiere incorporar dentro de la parrilla de programación del canal 4 de ASOCOM un programa de televisión que genere una participación importante de la comunidad, generando una reacción positiva, confiriendo entretenimiento y felicidad a los espectadores. Que sean testigos de un programa propio donde los principales actores son ellos mismos. Un elemento importante es que los personajes que conduzcan el programa también pertenezcan a la misma comunidad, es decir, que tenga presentadores sacados de la misma comunidad, esto para generar una identidad y recordación. Después de conocer esta situación, la empresa ASOCOM hizo la recomendación para que se realizara este proyecto con base en esta idea y así poder suplir las necesidades.

## **6. FORMULACIÓN DE LA PREGUNTA PROBLEMA**

¿Cómo lograr que una comunidad se sienta identificada en un proyecto audiovisual que busca generar un espacio de participación y diversión, en un canal de televisión que representa a dicha comunidad?

## **7. OBJETIVO**

Crear un programa de televisión que tenga un formato televisivo adecuado para generar entretenimiento con un contenido musical y que genere participación activa de la comunidad dentro del producto televisivo.

**7.1. OBJETIVO GENERAL.** Crear un karaoke comunitario como programa de televisión, que permita la participación activa de los espectadores y las personas de las comuna 18 de Santiago de Cali, quienes permanecen inscritos en ASOCOM.

### **7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

**7.2.1.** Dejar que las personas afiliadas tengan contacto directo con el canal 4 y su nuevo programa por medio de las expresiones musicales.

**7.2.2.** Incluir aportes, talentos y actitudes que permitan un espacio masivo de expresión.

**7.2.3.** Incorporar miembros de la comunidad en la conducción del programa para ayudar más identidad dentro del sector.

## 8. JUSTIFICACIÓN

Se busca dar una solución que permita a la empresa un mejoramiento de su programación diaria. La motivación principal parte en el momento que ASOCOM nos abre las puertas de su organización y permite que planteemos una solución a la problemática expuesta anteriormente. Además, nos damos cuenta que desde la comunicación audiovisual, encontramos una solución que nos llevara al cumplimiento de todos los requerimientos que existen en el momento. Un karaoke comunitario, adaptado a un programa de Televisión, buscando que propicie la expresión artística de las personas dentro de las pantallas de los hogares de la comuna 18 de Cali. Esto, para que pueda ser visto por todos los vecinos y amigos del sector. Generando un impacto social importante con la participación de la comunidad en general y sin discriminación; Es decir el que quiera puede cantar la música que mas le gusta, sin importar si canta bien o mal.

Se identifica que la música ejerce en la comunidad un impacto importante y es un elemento fundamental en esta comunidad. Haciendo una breve explicación del porque de esta cultura musical: Colombia es un país con raíces culturales muy fuertes, las cuales han sido reflejadas en cada uno de sus departamentos de formas diferentes. Santiago de Cali, la capital del departamento del Valle del cauca, se caracteriza, desde el siglo XX, a nivel mundial como una ciudad rumbera, y por mucho tiempo tiene el calificativo de “la capital de la salsa”. Antes que eso, la pequeña Cali, solo era una ciudad monótona y tranquila, no existían más que ceremonias religiosas, fiestas patrias, familiares y actos políticos. Después del siglo XX entre los años 70, 80 y principios de 90, con la migración de personas de otros departamentos y claro, la disposición de los caleños, hizo que Papayeras, conjuntos de música Cubana, Dúos, Cuartetos, orquestas tropicales, la construcción del teatro Municipal y el Teatro Jorge Isaac, junto con los tríos, enriquecieron la cultura musical de aquella ciudad tranquila – después vinieron los Mariachis - . Este legado musical hace que sus

habitantes estén directamente referenciados cultural y sentimentalmente por la música. La Rumba nocturna, la feria de Cali, los conciertos, las presentaciones en vivo de los artistas, y demás eventos, caracterizan a Cali, como la ciudad rumbera de Colombia.

Con el pasar de los tiempos, se observa que la ciudad, sigue siendo influenciada por diferentes culturas, es decir, de aquellas personas de otros departamentos, que llega ha buscar una oportunidad en está, la segunda ciudad mas importante del país; es allí, donde vemos que el cambio cultural y la influencia de otros ritmos musicales (reguetón, merengue, bachata, rancheras, merengue, tropical, rock, electro, etc) llegan hacer de Cali una ciudad rica a nivel musical. Además influencia socio económico y político, tales como; el narcotráfico, que no solo transformo la economía y genero un modo de vida estereotipado, si no que logro posicionar una cultura musical característica de dicho grupo de personas, dejando un importante legado de música popular.

Por las razones expuestas anteriormente, encontramos que un karaoke, donde todos canten y participen, generara un importante cambio a la programación del canal 4 y por eso escogemos la música como principal actor mediador entre el programa de televisión y los espectadores.

## **9. INTERESES ACADÉMICOS PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE**

Los canales comunitarios brindan diversas herramientas desde la comunicación que permiten que un profesional se prepare de manera adecuada para su futuro. Además, el contar con pocos recursos para la elaboración de productos audiovisuales, permite el desarrollo de actitudes que ayuden al aprovechamiento de los mismos. El principal reto es el empirismo y llegar a un medio donde solo se ha trabajado de forma empírica merece tener tacto para transmitir la información. En este caso, hay que generar un espacio de apropiación y generalización de conceptos básicos con el grupo de trabajo que se asigne. En estos casos, las referencias teóricas de semestres pasados y las investigaciones para la apropiación de conceptos, es indispensable para un buen desarrollo académico de la labor como profesional en comunicación. En esta labor, no solo se hace remembranza a los conceptos vistos en la academia, si también, la apropiación de muchos otros, que brindan un conocimiento óptimo y amplio en el campo de la comunicación y la realización audiovisual.

## **10. INTERES PROFESIONAL PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE**

La capacitación y las enseñanzas impartidas a unas personas, no solo exigen una investigación previa, si no también, genera una experiencia enriquecedora que forma al estudiante como profesional. Esto hace que uno pueda medirse en diferentes competencias como profesional en la comunicación, porque no solo es un concepto de imagen, o manejar equipos técnicos, si no también, llevar una instrucción académica para dar a conocer conceptos aprendidos en la academia.

Cuando se llega a la práctica en audiovisuales, el estudiante se da cuenta que en la práctica de campo es donde se aprenden conceptos que la teoría no te ha dado, pero que si te da la claridad para ejercer. Estar dentro del área de audiovisuales, le brinda al estudiante la oportunidad de llevar a cabo diferentes competencias. En este caso la ventaja es que se le presenta la oportunidad de adelantar un proyecto audiovisual, con todo el rigor profesional que normalmente se presenta, que permite que el estudiante se desarrolle a nivel profesional. En este caso el interés se inclina por tener un énfasis bien desarrollado, que permita en un futuro el desarrollo de proyectos de la misma índole.

Cuando se enfrenta al manejo de una cámara y sus elementos técnicos operativos y de elaboración como: *manejo de cámara: Balance de blancos, fotografía, plano de discurso; edición; teorías del montaje, post producción, programas de edición; Planteamiento de un esquema de un programa de televisión, libretos, guiones, casting, elementos discursivos, narrativos, definición de formatos, etc.* Aprendemos como se debe desempeñar un comunicador social periodista con énfasis en el área de audiovisuales, en un medio de comunicación real, con necesidades reales y con gente real. En este momento no espacio para cometer errores, y si así es, pues lo mas pertinente es saber como solucionarlos (recursividad) con los elementos que tengas a la mano.

## **11. INTERES LABORAL PARA EL APRENDIZAJE DEL ESTUDIANTE**

Un aporte fundamental es la capacitación que se les dio a las personas que están al frente del canal a diario. Estas personas, si bien tienen una experiencia dentro de su labor, se les pudo aportar un poco mas de conceptos académicos referentes a formatos de televisión, elaboración de guiones, libretos, estructura de un programa de televisión, incluso la lluvia de ideas como método creativo de participación y aporte de ideas.

Segundo, *“se deja una maquina encendida, la cual solo habría que pilotear”*; haciendo referencia al programa de televisión Control Music. Dicho programa de televisión, queda estructurado, y las personas a cargo, están instruidas para llevarlo acabo de la forma correcta y poder seguir con el objetivo principal del programa.

## **12. INTERES Y APORTE PRODUCTIVO PARA LA ORGANIZACIÓN DONDE DESARROLLO LA PROPUESTA.**

Un aporte fundamental es la capacitación que se les dio a las personas que están al frente del canal a diario. Estas personas, si bien tienen una experiencia dentro de su labor, se les pudo aportar un poco más de conceptos académicos referentes a formatos de televisión, elaboración de guiones, libretos, estructura de un programa de televisión, incluso la lluvia de ideas como método creativo de participación y aporte de ideas.

Segundo, *“se deja una maquina encendida, la cual solo habría que pilotear”*; haciendo referencia al programa de televisión Control Music. Dicho programa de televisión, queda estructurado, y las personas a cargo, están instruidas para llevarlo acabo de la forma correcta y poder seguir con el objetivo principal del programa.



## 13. MARCOS DE REFERENCIA

### 13.1 MARCO CONCEPTUAL

**13.1.1. La Televisión:** TV y popularmente tele, es un sistema de telecomunicación para la transmisión y recepción de imágenes en movimiento y sonido a distancia. Esta transmisión puede ser efectuada mediante ondas de radio o por redes especializadas de televisión por cable. El receptor de las señales es el televisor.

La palabra "televisión" es un híbrido de la voz griega "Tele" (distancia) y la latina "visio" (visión). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como *TV*. Este término fue utilizado por primera vez en 1900 por Constantin Perski en el *Congreso Internacional de Electricidad de París* (CIEP).

**13.1.2. Montaje:** el montaje puede ser definido como la ordenación narrativa y rítmica de los elementos objetivos del relato. Consiste en escoger (antes de filmar o grabar la película), ordenar y unir una selección de los planos a registrar, según una idea y una dinámica determinada, a partir del guión, la idea del director y el aporte del montajista.

Ya que de cada escena se hacen varias tomas, y que existen miles de tomas diferentes en una película, el montaje constituye una ardua labor. Siguiendo la trama del guión, el montajista, en general, tiene libertad para montar las diferentes tomas realizadas de una escena de la manera que estime más apropiada. Asimismo puede utilizar más o menos metraje de película de cada toma, y decidir cómo enlazar una escena o secuencia con la siguiente. Por todo ello se considera que el montaje es una de las disciplinas fundamentales en la realización de una película.

### 13.1.3. Postproducción imagen o video [editar]

Implica diversos procesos:

- Digitalización o captura. En el caso de material analógico consiste en la conversión a imagen digital. En el caso de película cinematográfica es necesario un tele cine o un escáner de negativo. Si trabajamos con fotografías un escáner de mesa. Para cintas en formatos analógicos (Betacam, VHS, Hi8) o formatos digitales de video (HD, Betacam Digital, D1, DV...), un ordenador con tarjeta capturadora de video/audio sea únicamente analógica (video compuesto, s-video, componentes...) o digital (Firewire, SDI, HD-SDI, ...).
- Edición. Selección de material digitalizado por ejemplo con los programas Adobe Premiere Pro, Apple Final Cut o Avid Xpress, Composer...
- Creación de material. Mediante diversas técnicas, CGI, se generan elementos que posteriormente se integran en capas.
- Composición de material. Mediante diversos programas de ordenador, After Effects, Apple Shake, Autodesk Inferno, Autodesk Flame o SGO Mistika, se compone (mezcla) el material digitalizado con el material generado por CGI.
- Filmado o volcado. Dependiendo del destino, para cine se filma usando una filmadora o para video se vuelca mediante un ordenador y el programa de edición/composición.

**13.1.4. Entretener:** divertirse, Hacer menos molesta una cosa. Divertir y recrear el ánimo de uno.

**13.1.5. Entretenimiento:** industria de televisión que se dedica hacer programas que permitan hacer la vida de los televidentes más divertida. Generar por medio de diferentes formatos de televisión, productos que sirvan para aquellas personas que buscan divertirse. En este momento podemos nombrar varios formatos televisivos de entretenimiento: Reality Show, Programas de bromas o de chistes, programas musicales, comedias, programas concurso, entre otros formatos que permite, por medio de diferentes experiencias, brindar diversión para los televidentes.

## 13.2 MARCO TEÓRICO

*“La comunicación de masas es el modo particular de la comunicación moderna, que permite al emisor de la comunicación (el individuo o el grupo del que emana) dirige simultáneamente a un gran número de destinatarios. El cine, la prensa, La publicidad, la radio, la televisión, realizan, pues, la comunicación de masas o Mass Media. ”<sup>1</sup>*

La televisión entrega la posibilidad de buscar en ella todo lo que queramos, desde entretención hasta las satisfacciones más ocultas que pueda tener el ser humano. La televisión de los noventa ha experimentado, según nuestro parecer, algunos cambios de todo orden; tanto técnico como de contenido en su interior. Los programas han variado, en su complejión técnica y estética. Acorde a los nuevos tiempos de una sociedad informatizada.

La complejidad de los nuevos mensajes, los cuales se hacen conocer dentro de nuevas propuestas de comunicación en los diferentes medio masivos, esta, en este momento, mediatizada por múltiples elementos tales como, la política, la educación o el entretenimiento. En concepto y las características del entretenimiento son las siguientes: El entretenimiento es una diversión que tiene la intención de fijar la atención en una audiencia, o un unos participantes, en ocasiones también se utiliza para llevar acabo estrategias de aprendizaje que permitan la fácil apropiación de conceptos. En este caso, nos interesa aprender como entretener a unos espectadores, de manera que encuentre ocio, felicidad, tranquilidad y pueda tener una participación en dicho proceso. En este caso específico, elegimos el entretenimiento como fuente de publicidad para nuestra organización. La mayor necesidad que se tiene al momento es dar a conocer ASOCOM como la empresa líder de televisión por cable en el sector (comuna 18 Santiago de Cali), y que mejor que hacerlo por un medio audiovisual, que nos permite dar a conocer de una forma entretenida un

---

<sup>1</sup> OLIVER, Burgelin. “Comunicación de masas” Capitulo 1, “Colección de libros de comunicación social”. Abril 1974. Editions Planete Y A.T.E.

producto audiovisual nuevo, innovador que busca lograr la empatía con la comunidad.

José Saborit plantea *“Parece que debido a las características mas esenciales de su materialidad, los mensajes audiovisuales, y especialmente el cine y la televisión, al anunciar los fragmentos mas prominentes de nuestro entorno, inciden en cualquier forma de percepción visual, y diseñan la estructura de nuestro conocimiento: una complicada red -contextura maleable- marcada por un panorama disperso y fragmentado, que en manifiesta oposición a la linealidad anteriormente establecida, ocupa nuestra cotidianeidad y domina nuestra cultura*<sup>2</sup>. Teniendo en cuenta que conocemos las necesidades del consumidor, lo cual ha sido descrito anterior mente en este proyecto, entonces, brindaremos un espacio de consumo masivo que tiene como epicentro las expresiones musicales y la música como elemento principal de participación; con géneros predominantes que han sido determinados dentro del mercado objetivo, es decir, música popular, el reguetón, la salsa, la bachata.

Un espacio de interacción directa con el televidente puede ser logrado desde la compenetración misma del medio con el público. Esté, generando una actividad directa, activa y constante del desarrollo del proyecto.”... *precisamente por el papel central de la comunicación para la democracia, es por lo que es imprescindible que existan mecanismos participativos para garantizar una mayor democracia en la comunicación. La esperanza de esta participación se cifra mas en los canales locales comunitarios de televisión*<sup>3</sup> En este caso, reviviendo un poco los términos de televisión popular se llevara a cabo un programa de televisión que permita a los televidentes una participación artística y espontánea dentro de espacio específico. Un magazín dedicado a las personas que les gusta la música del momento, nos hace tener la posibilidad de suplir una necesidad de ocio, entretenimiento y participación al televidente;

---

<sup>2</sup> SABORIT, José: "La Imagen Publicitaria en Televisión" capítulo primero, "televisión y publicidad". 1992. Pág.13-14. Ediciones cátedra serie "signo e Imagen"

<sup>3</sup> DAZA, Gladys: "¿participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas". Capítulo 2.1.4, "información Televisiva". 1998. pág.49. Editorial U pontificia Bolivariana.

sin embargo, se hace una propuesta mucho más interesante y más completa. *“La sociedad civil tiene así su espacio de acción expresiva en la esfera de la opinión pública, entendida como “una red para la comunicación de los contenidos y toma de posturas, es decir, de opiniones sustentadas en las reglas de una práctica de comunicación pública mantenida y seguida en común como resultados de una controversia mas o menos exhausta en la que las propuestas, las informaciones y las razones puedan elaborarse de forma mas o menos racional”*<sup>4</sup> Ahora es muy común ver programas musicales en diferentes canales de música; MTV, POP TV, TV hit, entre otros, que maneja programación de videos de actualidad, transmisiones de eventos, conciertos y demás elementos que produzcan una narrativa desde la música. También vemos los óptimos resultados que tienen en cuanto a puntos de rating. La diferencia de estos programas a el que se quiere llevar acabo dentro del Canal 4 de ASOCOM, es que los emisores tiene la posibilidad de cantar frente a una cámara sus canciones favoritas, y tendrán la posibilidad de hacer contacto directo con la televisión, con el medio y la comunidad entera.

La interacción con el televidente y la comunicación directa con el emisor son fundamentales dentro de este proyecto. Cuando el televidente se siente parte del programa, hace que se encuentre dentro de un conjunto social, donde puede llegar a representar un papel importante y así mismo suplir la necesidad inmediata de entretenimiento. *“Con base en la teoría de la acción comunicativa, se muestra cómo en la comunicación popular intervienen individuos, sin perder su identidad: con sus propias vivencias y razones ejercen y buscan en ella lo que puede ser común a todos. Apoyados recíprocamente en el “poder Comunicativo”, que inspira a la soberanía popular, intentan reconstruir la democracia participativa”*<sup>5</sup> - El consumo de televisión y de su publicidad hace que el espectador apropie una información que le permitirá acercarse al producto que ve en el mensaje, en este caso el mensaje constante implícito,

---

<sup>4</sup> Habermas, J., o.c., p.442

<sup>5</sup> DAZA, Gladys: “¿participación social en los medios masivos? Canales regionales y sociedades urbanas”. Capitulo 2.2.2, “Sociedad Civil y poder comunicativo”. 1998. pág.49. Editorial U pontificia Bolivariana.

será sobre la empresa ASOCOM, sus servicios y ventajas, no esta dentro del objetivo del proyecto, pero se sabe que se va a generar esa impresión. Cuando El televidente se siente incluido en una organización, entra hacer parte de ella y hacer su propia difusión del producto consumido; allí esta el éxito de nuestra estrategia. En este caso se cuenta con un aspecto a favor, y es la de tener un sector determinado que hace consumo de nuestro producto, De esta forma se puede aprovechar esa característica local para que la difusión oral sea mas rápida. Todos querrán saber de su comunidad y también de quienes están dentro de ese grupo de personas que pueden tener acceso a la programación musical del canal.

Planteamiento de Humberto Eco; *“un sistema semántico como visión del mundo, por lo tanto, es una de las maneras posibles de dar forma al mundo, y como tal constituye una interpretación parcial de éste, que puede ser revisada teóricamente cada vez que nuevos mensajes, al reestructurar semánticamente el código. Introduzcan nuevas cadenas connotativas y por ello, nuevas atribuciones de valor”*<sup>6</sup>. Cuando se habla de nuevas atribuciones de valor a un mensaje emitido es porque pensamos que un formato televisivo, transformado y estructurado para dar atribuciones de valor a un discurso específico, el cual vive de la interacción de la comunidad, entonces buscaríamos posicionar el programa control music y encargarnos de que la gente lo acoja como una nueva alternativa de expresión.

---

<sup>6</sup> ECO, Humberto. "La Estructura Ausente: Introducción a la Semiótica" Sección A, capítulo 4 " La Definición semiótica de la ideología". 1981. Pág. 181. Ediciones Lumen 2° edición.

## 14. METODOLOGÍA.

### 14. 1 Desarrollo del plan metodológico.

#### 14.1.1 Estructura del programa: Control Music

Formato de televisión Magazín; este formato se define así porque está dividido en secciones y cuenta con una persona que conduce y presenta el mismo.

El nombre del programa fue concertado por las personas que trabajan dentro del canal. Ellos buscaban un nombre novedoso, que mostrara claridad con el contenido del programa. Cuando se llevó a cabo la reunión para escoger el nombre, tomaron varias opciones, entre ellas muchas en español; sin embargo se llegó al acuerdo de que fuera en inglés, para dar una impresión diferente a los demás programas ya hechos en el canal, además recordando un proyecto que en algún momento se intentó realizar al cual lo iban a llamar de esa forma. Se escoge “Control Music” como el nombre del programa de televisión de Karaoke; un nombre corto, de fácil recordación, y además que tuviera relación con el tema central del programa.

- Programa de televisión de 30 minutos con emisión en vivo, los cuales 5 son comerciales o de pautas, (solo si se comercializa). Para iniciar, tendrá dos emisiones a la semana, los días miércoles y viernes a las 6:30pm por el Canal 4 de ASOCOM.

#### ***Control music se divide en 4 secciones***

- **Kantando:** Esta sección es la principal del programa. Aquí las personas tendrán la oportunidad de cantar en vivo y seguir una pista de karaoke de la canción que haya elegido el participante. Para esto tendrán una inscripción previa al programa, con datos personales y fecha de emisión a la cual será invitado. Se le dio el nombre de kantando con la letra “k” por que karaoke se escribe con la letra “K”, y se quería hacer referencia al término, sin caer en la obviedad.

- **Agenda de eventos:** En esta pequeña sección se entregara información de eventos comunales, fiestas, celebraciones, conciertos que se llevan acabo dentro de la ciudad, y saludo a familiares y amigos. Se propuso poder contar con una plantilla para realizar esta sección con hipertexto y una vos en off.
- **Videos musicales:** Videos de actualidad o música que piden los televidentes durante la emisión.
- **Lo nuevo:** Esta es un pequeña nota periodística, que permite dar detalles de lanzamientos de música, canciones, nuevas creaciones discográficas. Información detallada del artista, notas de farándula, chismes de famosos, entre otros datos interesantes de actualidad nacional e internacional.

Cada sección estaría representada por un romper, o una cortinilla, la cual identifica cada una de la secciones con lo que se refiere. Las cortinillas serian piezas graficas de video, que permitan la fácil recordación de cada una de la secciones.

- **Conductor del programa:** todo el programa será conducido por un presentador; este mantiene el ritmo del mismo, y hace las veces de animador en la sección de kantando. Este personaje debe tener unas características básicas tales como: Efusividad, capacidad de improvisación, carisma, buen registro, manejo de cámara, extrovertido, alegre, dicharachero y buen manejo de la vos.

Como primera medida se llevara acabo un casting de presentador o presentadora que necesariamente sea de la comunidad. Esto con el ánimo de ir acercándonos a los televidentes - usuarios e involucrarlos directamente dentro del proceso del nacimiento del programa. Además se presume que el tener una cara conocida dentro del mismo, generara un aire de familiaridad.



La elaboración de guiones y libretos para la realización del casting, estos acondicionados para hacer pruebas enfatizadas en la elocuencia, improvisación, buena dicción, y demás cualidades que debe tener dicho personaje y que ya ha sido descritas anteriormente.

Como toda producción audiovisual, debemos fijar el concepto del diseño y la imagen grafica; Cabezote, créditos, cortinillas, entre otras piezas gráficas que le darán la identidad al programa. De igual forma los colores son pieza fundamental dentro de este conjunto de elementos estéticos que permitirán manejar una información al televidente que le permita diferenciar a *Control Music* como un nuevo espacio dentro de la programación del canal 4.

Cuando se tenga la imagen gráfica definida, debemos iniciar una estrategia de difusión del programa. Realizaremos una campaña de expectativa que entere a todos los usuarios de ASOCOM y las personas que vean el CANAL 4, para que Control Music sea un proyecto nuevo dentro de la programación del canal.

Hacer labor de producción, investigación, actualización de agenda de eventos, música y la obtención de videos de actualidad para incluir dentro del programa.

En este caso el canal principal de difusión seria la misma frecuencia utilizada por la empresa de televisión por cable ASOCOM dentro de la comuna, el CANAL 4. Se deben elaborar reuniones creativas y consejo de redacción con los demás integrantes del equipo y plantear cuando serán emitidos los comerciales, como se van hacer (producción y realización comerciales), y cual será el lenguaje que se utilizara. El canal busca fuertemente incentivar la participación en dicho programa y además de creer en el proyecto, por esa razón, designa a dos personas, las cuales se encargan de la programación del canal actualmente; las cuales han recibido la formación básica para tomar las riendas del proyecto, de esta forma, el canal toma el control de la producción y la realización del programa control music.

## **14.2 ¿Qué se cumplió de lo pactado y cómo?**

La meta era plantear un programa de televisión en el cual los espectadores tuvieran una interacción permanente. Aplicando los conceptos aprendidos en la academia y los demás adquiridos dentro de las asesorías, se ha elaborado un proceso de transformación, capacitación y realización que dio paso a una idea de programa musical. Este está diseñado para entretener, dar felicidad, alegría y ocio a aquellos usuarios y televidente del canal 4 de ASOCOM.

Por medio de reuniones, juntas directivas con los dueños de la organización, y con las personas encargadas de la operación y manejo del canal, se obtuvieron excelentes resultados. La colaboración de dichas personas fue muy importante para el proyecto, porque son quienes están empapados de todo lo que tenga que ver con el sector, además, su experiencia en dicho canal, hace que tengan un conocimiento acertado de sus televidentes. Cuando se llega a la comunidad, posiblemente se puede llegar a conclusiones erróneas, por el simple hecho de sacar teorías o conjeturas a priori, sin embargo, las personas que se encargan del canal a diario, ya conocen muy bien a quien se enfrentan y cuáles son los gustos de los televidentes.

## **14.3 ¿Qué no se cumplió y por qué?**

Dentro de los objetivos tenemos la realización de un programa de televisión que recibe el nombre de Control Music, el cual es un programa de Televisión familiar que permite la interacción de público con un medio de comunicación. Este con su principal énfasis en la música y la expresión artísticas de los espectadores (Karaoke TV). El esquema del programa, la definición de tiempo, presentación, espacio de emisión, guiones del programa piloto y demás detalles que tiene la pre producción de un programa de televisión, se ha cumplido. Lo único que quedó faltando fue la imagen gráfica del programa, la cual no se pudo finalizar por falta de recursos económicos para pagar un diseñador o animador gráfico que lo hiciera.

#### 14.4 ¿Qué herramientas utilizó?

La herramienta fundamental fue la entrevista y la indagación dentro del grupo de trabajo de la empresa ASOCOM. El conocimiento sobre la comunidad, el terreno, sus condiciones, el tipo de personas a las cuales llega la señal del canal 4, hace que estas personas, las cuales hace ya mucho tiempo trabajan en esta organización, sean una fuente fundamental dentro de la investigación de campo que se debería hacer para llevar a cabo el planteamiento de este proyecto. El trabajar allí hace que tenga apropiados una serie de elementos claves que les permiten decantar información valiosa para la investigación. Se hicieron entrevistas con las dos personas que manejan la parte operativa; el gerente de la compañía, la mujer que tiene contacto directo con los clientes en el punto de pago. Y con el ánimo de profundizar un poco más sobre nuestro público objetivo, se entrevistaron a las personas de servicio técnico para tomar información más detallada, dado que ellos son los encargados de hacer la concesión de redes, servicio técnico, y en ocasiones se encargan de recoger facturas cumplidas. Teniendo las impresiones de cada uno de los empleados de la organización, en cada una de las dependencias, creamos un acercamiento entre el proyecto a realizar y al público objetivo.

Dicha información permitió llevar a cabo muchas conclusiones en cuanto a conocer grupo de personas a las que se quiere llegar. Quién y a qué tipo de personas se van a llegar, cómo es su situación socio cultural, cuáles son sus gustos, en qué condiciones viven, cuál es el panorama más común dentro de los diferentes barrios (música que escuchan, ropa que utilizan) todo aquello que pudiera dar información a la investigación y poder así, crear un modelo de personas generalizado. Esta información fue naturalmente valiosa para determinar que elementos fundamentales como la música eran cruciales dentro de la comunidad. Sabiendo que se busca incluir a la comunidad dentro de un medio de comunicación.

Herramientas técnicas como el computador y la Internet, permitiendo acceder a bases de datos para completar la indagación en conceptos que eran necesarios a la hora de capacitar y de generalizar conceptos con el grupo de trabajo. Esto permitió investigar formatos televisivos a nivel nacional e internacional; estos dando ideas para fortalecer el concepto del programa de televisión que se estaba creando; no se pretendía copiar ideas, ni formatos televisivos, solo era necesario tener noción de algunos programas y sus esquemas para llegar a tener ideas nuevas, saber que hacer y aterrizar un poco al grupo de trabajo del canal y que tuvieran conocimiento de lo que deberíamos trabajar. La creatividad es fundamental en un canal comunitario, además de la recursividad, esto, por la falta de recursos técnicos y económicos, hacen que quienes trabajen en este tipo de canales desarrollen otro tipo de competencias, como la creatividad, la recursividad, entre otras aptitudes que en un futuro profesional o en una empresa mas grande puedan ser de gran ayuda.

Consejos de redacción, los cuales ayuda a fortalecer los vínculos entre el equipo de trabajo y principalmente tomar opiniones, vivencias y aportes que puedan llegar a complementar o aportar ideas dentro de la realización de los programas.

#### **14.5. ¿Qué procedimientos fueron utilizados para cumplir con la pasantía?**

El proyecto debía realizarse con ayuda de las personas que trabajaban dentro del canal, entonces la dinámica de reuniones y lluvia de ideas fue fundamental dentro de dicho proceso. En ocasiones, era necesario hacer algunas apropiaciones de conceptos académicos básicos para el equipo de trabajo. La explicación del proyecto, sus dinámicas y el objetivo; también la apropiación y generalización de conceptos para llevar acabo el proyecto con claridad. La

elaboración de guiones fueron elaborados con conceptos académicos apropiados dentro de la carrera.

#### **14.6. ¿Cuáles fueron los elementos innovadores de su propuesta?**

Dentro de la televisión local y lo que se pudo indagar en la programación de diferentes canales comunitarios o canales locales, encontramos contenido similar, y en ocasiones vemos programas con esquemas repetitivos, o con falta de elaboración, esto por diferentes factores que lo impiden y el principal de estos son los recursos económicos. De igual forma tampoco cuentan con los recursos para contratar un profesional o técnico en comunicación que se dedique hacerlo. Este proyecto universitario de pasantía como opción de grado, contribuye con el desarrollo de un programa de televisión elaborado por un comunicador social periodista con énfasis en lo audiovisual, hace que el contenido y la estructura del programa sean pensados con esquemas y procedimientos apropiados a lo largo de la carrera profesional. Dentro de la academia podemos encontrar dinámicas de aprendizaje adecuadas para dar solución a muchas necesidades, en este caso, se requería un programa de televisión comunitaria que le permitiera tener acceso a los espectadores de la comuna 18 de Santiago de Cali, los cuales este afiliados a esta programadora de Cable. Un karaoke comunitario es un formato televisivo innovador, pertinente en la medida que posee elementos como, el entretenimiento, el ocio, Las personas tienen la posibilidad de participar desde sus casas vía telefónica y de igual forma cantando la música que mas le gusta. Esto creando un impacto en la comunidad, y por supuesto, a quienes participan dentro de él, teniendo también un espacio para la expresión artística. Dentro de esta manifestación artísticas se ven inmersos algunos fenómenos importantes, como el estrellato fugaz, que permite que la persona pueda ser estrella o famosa por poco tiempo, esto creándole un reconocimiento en su comunidad, generando un estatus entre las demás personas.

## 15. CRONOGRAMA

El tiempo de esta pasantía es de tiempo completo, por lo tanto se hizo en un tiempo de 2 meses. Es decir 8 semanas.

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>Tiempo de la pasantía en semanas</b>			
	<b>Mes 1 (Febrero 9 – Marzo 7)</b>			
	<b>S1</b>	<b>S2</b>	<b>S3</b>	<b>S4</b>
Primera reunión con operarios, encargados del canal y directivos de la ASOCOM. Presentación de la propuesta. Aclaración de dudas.	x			
Observación de la organización, apropiación e interiorización de concepto de formatos televisivos a los compañeros de trabajo y gerente de ASOCOM.		x		
Definición del formato de televisión a usar dentro del proyecto. (MAGAZZIN) Programa de televisión Control Music.		x		
Elaboración de guiones para casting. Libretos de interiorización y pruebas de improvisación para los seleccionados.			x	
Elaboración de comercial para convocatoria a presentador(a) para el programa Control Music del canal 4.			x	
Inicio del casting día <i>lunes 2 de Marzo de 2009</i> . Realización de pruebas, explicación del proyecto, interiorización de los guiones. Pruebas de elocuencia, improvisación, manejo de la cámara, hablar en público.				x
Elaboración de guiones y libretos para la				x

elaboración del programa piloto. Investigación de información de música actual. Recopilación de videos musicales de karaoke.				
--	--	--	--	--

ACTIVIDADES	Tiempo de la pasantía en semanas			
	Mes 1 (Marzo9 –Abril3)			
	S5	S6	S7	S8
Elaboración de guiones y libretos para la elaboración del programa piloto. Investigación de información de música actual. Recopilación de videos musicales de karaoke.	x			
Días de Casting: Realización de pruebas, explicación del proyecto, interiorización de los guiones. Pruebas de elocuencia, improvisación, manejo de la cámara, hablar en público.		x		
Escogidos dos finalista del casting, de las 35 personas a presentar pruebas.		x		
Desarrollo conceptual de la imagen grafica del programa. Logo, cabezote, lops sounds, música apropiada, colores, etc.			x	
Cita el diseñador gráfico para hablar sobre el proyecto televisivo. Se muestra una idea de lo que se necesita para hacer una imagen gráfica. El diseñador procede hablar con la gerente de ASOCOM, señora Jennifer Cerezo Cáceres.			x	
Se termina la estructura del proyecto, se escogen 2 presentadores, una mujer y un hombre. Estos serán la imagen del programa musical, Control Music, emitido por el CANAL 4 de la programadora de			x	

cable ASOCOM.				
Organización de archivo musical en DVD por géneros.				x
Respuesta negativa departe de la gerencia de la empresa ASOCOM, con respecto al costo del la imagen gráfica del proyecto. Sin embargo, el proyecto es terminado y entregado a la empresa y las personas que se encargaran de su realización.				x



## **16. LABORES REALIZADAS**

- **Realización Audiovisual;** es decir, realización de guiones y libretos, Elaboración del proyecto.
- **Producción:** acordar citas, encargado de la logística del programa, realización cronograma semanal de grabación, encargado de conseguir premios para regalar a los televidentes, contactos con artistas musicales.

## **17. TALENTOS Y RECURSOS**

### **17.1. TALENTO HUMANO**

- Se cuenta con un técnico de emisión, organizador de archivo audiovisual.

### **17.2 RECURSOS FÍSICOS**

- Audiovisual: Computador PC con Windows xp office; programas de captura y edición de video, cámara Mini Dv JVC handy cam; casetes Mini Dv, Mezcladora de Video (swicher) para trabajar 4 canales de video en emisión, Consola de Audio de 6 canales in – out. Dos micrófonos de mano unidireccional (para trabajo de campo y estudio). Espacio adecuado para estudio – muebles de escenografía.
- Producción: Computador PC con office 2003, con acceso a Internet banda ancha. Escritorio para PC y Escritorio para otros oficios.

## 18. RESULTADOS

Como resultado se obtiene un proyecto audiovisual, elaborado según las necesidades del medio y de la comunidad. La principal intención del canal es interactuar con los televidentes y generar un espacio de diversión y participación, generando felicidad, recreación y entretenimiento. Por medio de La música como centro de discurso narrativo y de interacción con el televidente se encuentra la forma para llegar con facilidad a dicho objetivo. Como producto queda elaborado un producto televisivo estructurado. Para garantizar que dicho proyecto se llevara acabo incluso después de terminado el proceso académico de pasantía, se capacita un grupo de trabajo, el cual trabaja dentro del canal. De esta forma se lleva a cado fácilmente, de forma ordenada y con las capacidades argumentativas suficientes que permitan al equipo de trabajo cumplir a cabalidad todos los requerimientos del programa Control Music. Esto es posible porque se crearon condiciones formativas y educativas para que dicho trabajo pudiera ser con buenos argumentos de realización audiovisual.

Quedan dos personas encargadas de la realización del programa y un presentador que se encarga de la conducción del mismo. Control music, programa de televisión q será emitido por el canal 4 de ASOCOM en la comuna 18 de Santiago de Cali, en los horarios miércoles y viernes en el horario de las 6:30pm, presenta una estructura básica de programa Magazine de 30 minutos que permite, en sus diferentes secciones, generar una participación recreativa y de expresiones culturales que permitan una colindante inclusión del televidente con el medio de comunicación.

## 19. CONCLUSIONES

Es satisfactorio saber que el estudio de largos años puede llegar a beneficiar a una comunidad, desarrollando proyectos dentro de un medio de comunicación, lo cual es la labor dentro del campo de acción como profesionales en comunicación social. Trabajar para un canal comunitario es enriquecedor, puesto que genera una visión del medio audiovisual como un canal de acción de participación de la comunidad.

Una comunidad necesita de la comunicación, de entretenimiento, de información, lo cual genera espacio de participación en cada hogar y familia que tiene contacto ha dicho medio. La música es un elemento de entretenimiento muy común; por esa razón, se busca en este proyecto tener la posibilidad de brindarle a todos los habitantes de la comuna 18 de Santiago de Cali; los cuales permanecen inscritos la empresa de televisión por cable ASOCOM, una forma de entretenerse y de poder tener contacto con la comunidad y con su canal. Si una persona conoce que dentro de un programa local van ha estar como principales actores las personas de su propia comunidad, entonces lo mas divertido seria verlo y participar del mismo, y mas cuando se trata de un karaoke. Si se trata de la participación dentro del programa permitiría experimentar vivencias importantes y jocosas, tales como: Voces desafinadas, personas sin ritmo, errores, equivocaciones, fallas en la memoria, pero todos con las mismas intensiones de cantar y de divertirse un poco; participando, o viendo a sus vecinos haciéndolo. De igual forma, se puede llegar a tener acceso a un semillero de talentos, los cuales puedan tener la opción de hacer conocer, al menos dentro de su comunidad, las dotes y tales artísticos que posee.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**21.1.** SABORIT, José. "televisión y publicidad". Ediciones cátedra serie "signo e Imagen", 1992. 13-14 p.

**21.2.** DAZA, Gladys. "información Televisiva". Editorial U pontificia Bolivariana. 1998. 49 p

**21.3.** ECO, Humberto. "La Definición semiótica de la ideología". Ediciones Lumen 2ª edición. 1981. 181 p.