 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vigilancia MinEducación	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado	Pág.		
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO	1(79)		

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Eliana Margarita Pérez León		
FACULTAD	Facultad de Educación, Artes y Humanidades		
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación Social		
DIRECTOR	Liseth Jazmín Mesa Sánchez		
TÍTULO DE LA TESIS	Creación de Contenido Periodístico para apoyar el proyecto Vida + Vida del canal regional del oriente Colombiano.		
TITULO EN INGLES	Creation of Journalistic Content to support the Vida + Vida project of the Colombian eastern regional channel.		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>Para lograr el objetivo principal de este trabajo, se plantearon tres objetivos; recopilar la información de los recursos técnicos y humanos para la construcción del contenido audiovisual del proyecto Vida + Vida, analizar la información recopilada con el fin de diseñar estrategias y nuevos formatos informativos para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida y aplicar los diseños de los contenidos elaborados.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>To achieve the main objective of this work, three objectives were raised; collect information from the technical and human resources for the construction of the audiovisual content of the Vida + Vida project, analyze the information collected in order to design strategies and new information formats for the launch of the Vida + Vida project and apply the content designs elaborate.</p>			
PALABRAS CLAVES	Producción, Medios Audiovisuales, Estrategias Comunicativas, Teleaudiencia		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Production, Audiovisual Media, Communication Strategies, Teleaudience		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 78	PLANOS: N.N	ILUSTRACIONES: N.N	CD-ROM: NO



Creación de contenido periodístico para apoyar el proyecto “Vida + Vida” del canal regional del oriente colombiano.

Eliana Margarita Pérez León

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Comunicación Social

Esp. Liseth Jazmín Mesa Sánchez

Julio de 2023

Índice

Creación de contenido periodístico para apoyar el proyecto “Vida + Vida” del canal regional del oriente colombiano.....	9
1.1 Descripción breve de la empresa.....	9
1.1.1 Misión.....	9
1.1.2 Visión.....	10
1.1.3 Objetivos de la empresa	10
1.1.4 Estructura Organizacional	11
1.1.5 Descripción de la dependencia asignada.	14
1.2 Diagnóstico del área de Producción	14
Técnicas de recolección de la información	15
1.2.1 Planteamiento del problema.	18
1.3 Objetivos de la pasantía.	19
1.3.1 Objetivo general.....	19
Elaborar contenido de tipo periodístico para el programa Vida+Vida del Canal TRO en el municipio de Floridablanca, Santander.	19
1.3.2 Objetivos específicos	19
1.4 Descripción de actividades a desarrollar	20
Tabla 2.	20
1.5 Cronograma de Actividades	21
Capítulo 2. Enfoques Referenciales	22
2.1 Enfoque conceptual.....	22
2.1.1 Periodismo investigativo	22
2.1.2 Estrategias comunicativas	24
2.1.3 Producción de Medios audiovisuales	27
2.1.4 Teleaudiencia	28
2.2 Enfoque legal	30
2.2.1 Constitución Política de Colombia.....	30
Capítulo 3. Informe de Cumplimiento de Trabajo.....	31
3.1 Presentación de resultados	31
3.1.1. Resultados del objetivo específico N°1. Recopilar información de los recursos técnicos y humanos para la construcción del contenido audiovisual del proyecto Vida + Vida	31
3.1.2. Resultados del objetivo específico N° 2. Analizar la información recopilada con el fin de diseñar estrategias y nuevos formatos informativos para el lanzamiento.	35

3.1.3. Resultados del objetivo específico N° 3. Aplicar los diseños de los contenidos elaborados, con el fin de llevar a cabo las estrategias de redes sociales y de pantalla para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida. 37

4. Diagnóstico final	39
5. Conclusiones	41
6. Recomendaciones	42
Apéndices	46

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama de la Televisión Regional del Oriente	13
---	----

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA Y FODA Cruzada	19
Tabla 2. Descripción de actividades	22
Tabla 3. Descripción de las actividades asignadas para el cumplimiento de los objetivos...23	
Tabla 4. Equipo técnico	32

Lista de apéndices

Apéndice A. Entrevista para los empleados	45
Apéndice B. Entrevista para los administrativos	47
Apéndice C. Libreto de producción	49
Apéndice D. Check list equipos de producción	52
Apéndice E. Evidencia detrás de cámara	54
Apéndice F. Propuesta estrategia de redes sociales y pantalla	58
Apéndice G. Propuesta estrategia de expectativa	63
Apéndice H. Evidencia pietaje de capítulos	64
Apéndice I. Base de datos de fuentes periodísticas	65
Apéndice J. Parrilla de programación digital	68
Apéndice K. Evidencias revisión de capítulos editados	71
Apéndice L. Consentimiento informado.....	72

Resumen

Teniendo en cuenta el mejoramiento y proactividad del área de producción de la televisión regional del oriente colombiano Canal TRO, se crearon contenidos periodísticos que cumplieron con las funciones y características del proyecto “Vida + Vida” con el fin de transmitir al televidente un mensaje claro, conciso y sencillo.

Durante la ejecución del proyecto, se llevaron a cabo las tres fases de producción; preproducción, producción y postproducción para mantener una correcta organización, planificar lo que se quería conseguir y visualizar la producción audiovisual, con el objetivo de que el contenido se desempeñe de la mejor manera y el público sienta mayor atracción y agrado a los temas de salud mental, física y emocional; economía y medio ambiente.

Para lograr el objetivo principal de este trabajo, se plantearon tres objetivos; recopilar la información de los recursos técnicos y humanos para la construcción del contenido audiovisual del proyecto Vida + Vida, analizar la información recopilada con el fin de diseñar estrategias y nuevos formatos informativos para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida y aplicar los diseños de los contenidos elaborados, con el fin de llevar a cabo las estrategias de redes sociales y de pantalla para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida; los cuales pertenecen a cada una de las tres fases de una producción audiovisual.

Introducción

La comunicación se utiliza como la máxima herramienta para poder dar a conocer una idea o pensamiento. A raíz de esta definición, el Canal TRO Televisión Regional del Oriente Colombiano continúa buscando la manera de crear nuevos contenidos de calidad para los televidentes de Santander y Norte de Santander - también a nivel nacional -, con el propósito de educar, informar y entretener a los usuarios. Es por eso que tras un estudio propio de la entidad se llegó a la idea de realizar un programa en el que el televidente conozca los avances científicos y otros factores, que se explicarán de manera detallada en este trabajo investigativo, con el propósito de exponer las labores que se realizaron.

Por lo tanto, en este informe se evidencia la labor que requiere pertenecer al área de producción del Canal TRO, mediante la realización de un nuevo programa como “Vida + Vida”; y también dar a conocer la evaluación de cómo se encontraba actualmente este espacio, y de esa manera poder realizar un diagnóstico de la dependencia condensándolo en una matriz DOFA, para la construcción de un proceso de transformación del área, en pro de mejorar el rendimiento y proactividad de nuevos y futuros proyectos.

Creación de contenido periodístico para apoyar el proyecto “Vida + Vida” del canal regional del oriente colombiano.

1.1 Descripción breve de la empresa

Canal TRO, Televisión Regional del Oriente, se creó el 22 de junio de 1995, para la producción, realización y emisión de televisión cultural y educativa que conduzca a la difusión del conocimiento científico, filosófico, académico, artístico, popular y también aquellos programas cuyo contenido tenga como propósito elevar el desarrollo humano o social de los habitantes de la región o fortalecer su identidad cultural. Siendo hoy por hoy el principal medio de comunicación del Gran Santander, Santander y Norte de Santander a través del cual se muestra la cultura, costumbres, tradiciones e información de la zona oriente de Colombia (Canal Regional del oriente colombiano Canal TRO, 2022).

1.1.1 Misión

“Somos la Televisión Pública Regional que integra, gestiona, difunde y proyecta la identidad cultural del Oriente Colombiano al Mundo” (Canal Regional del oriente colombiano Canal TRO, 2022).

1.1.2 Visión

“Para el 2030 ser una empresa líder en la realización de contenidos multiplataforma, generando una experiencia que cautive el corazón de nuestras audiencias” (Canal Regional del oriente colombiano Canal TRO, 2022).

1.1.3 Objetivos de la empresa

Prestar en nombre del Estado el servicio público de televisión mediante la operación y el control de la emisión, transmisión o programación de una cadena regional de televisión.

Prestar directamente o contratar servicios de transmisión de señales de televisión, en las diferentes modalidades tecnológicas.

Utilizar redes y servicios de satélite para la emisión, transmisión y recepción de señales de televisión.

Prestar servicios de valor agregado y telemáticos soportados por los servicios de televisión y de difusión a su cargo.

Prestar los servicios de estudios de laboratorios de cinematografía de grabación fonóptica y magnética y demás que la entidad pueda ofrecer en razón de sus actividades.

Producir, coproducir, adquirir y enajenar derechos de emisión sobre programas de televisión y en general, realizar y contratar programas bajo cualquier modalidad, incluso en asociación de riesgo compartido, que hagan énfasis en una programación con temas y contenidos de origen regional, orientada al desarrollo social y cultural de la comunidad.

Celebrar contratos con entidades públicas y con asociaciones y fundaciones privadas sin ánimo de lucro para la explotación de la televisión cultural.

Adquirir y enajenar derechos de autor.

Emitir en forma encadenada con otros canales de televisión eventos de interés comercial.

Comercializar directamente los espacios de televisión, asociarse o contratar con terceros o ceder estos derechos a los respectivos contratistas de televisión.

Participar en sociedades, asociaciones, instituciones de utilidad común, fundaciones o corporaciones, con objetos relacionados con sus propias actividades (Canal Regional del oriente colombiano Canal TRO, 2022)

1.1.4 Estructura Organizacional

La estructura de Canal TRO, respecto a su organigrama, es vertical, indicando la jerarquía, división y departamentalización de funciones, que inicia de forma descendente desde una junta administrativa regional.

La estructura interna del Canal y la planta de personal será determinada por la Junta Administradora consultando el objeto social de la entidad y la necesidad de servicio, todo de acuerdo con las disposiciones legales vigentes (Canal Regional del oriente colombiano Canal TRO, 2022).

Producción

Planea, dirige y evalúa el desarrollo, fortalecimiento, la operación, el mantenimiento y control de la calidad de los recursos técnicos de emisión, producción, post producción, transmisión y retransmisión necesarios para la prestación de un óptimo servicio de televisión (Canal TRO, 2022).

Área Jurídica

Asesora y conceptúa sobre los asuntos jurídicos de la organización y vela porque las actividades se desarrollen con sujeción a las disposiciones constitucionales y legales (Canal TRO, 2022).

Área Financiera

Planea, dirige y controla las actividades relacionadas con la administración de los servicios, bienes y suministros, así como las derivadas de la contabilización de las operaciones, inversiones, financiación, presupuesto y disponibilidad de efectivo para el adecuado funcionamiento de la entidad (Canal TRO, 2022).

Área Comercial

Encargada de la comercialización del producto empresarial. Esta actividad puede desarrollarse directamente por la empresa o a través de organizaciones privadas especializadas en la materia (Canal TRO, 2022).

Área Técnica

Encargada de desarrollar procesos de producción específicos, sugerir e implementar la asimilación de nuevas tecnologías, coordinar y dirigir el sistema operativo de la Empresa (Canal TRO, 2022).

1.1.5 Descripción de la dependencia asignada.

Producción

El área de Producción es la que se encarga de planear, dirigir y evaluar todos los recursos técnicos de emisión, producción, post producción, transmisión y retransmisión del canal, con el fin de prestar un servicio de calidad a los televidentes. Así mismo, esta dependencia se encarga de revisar la parrilla de programación para seleccionar aquellos programas que deben salir al aire o los que no deben transmitirse.

Finalmente, esta área es la responsable de que en el máster se cumpla a cabalidad con la parrilla de programación.

1.2 Diagnóstico del área de Producción

Dentro del proceso de recolección de la información y asociado a la intervención desde la perspectiva del trabajo social, la investigación cualitativa se adapta al contexto en el que se ejecuta el proceso, poniendo a disposición herramientas y recursos idóneos para afrontar la descripción de un fenómeno o realidad, dado que desde sus lineamientos confiere al investigador de un rol explícito en el cual su posición y su desempeño son fuentes de la investigación, así como su percepción convirtiendo estos estudios en una relación vinculativa

en la que se crea interdependencia con una visión propia aunada al proceso de investigación sin la limitación que se expone desde otros enfoques (Hamui-Sutton, 2013).

Del mismo modo se orienta un estudio sistemático ofertando un dinamismo en el que sobre la marcha se pueden ir ajustando las variables, los patrones y la recolección de los datos dada la flexibilidad que posee y la posibilidad de argumentar el apartado descriptivo desde los aportes documentales alineados a las necesidades del estudio aportando de este modo conocimiento práctico y útil para aplicaciones futuras, o bien para la transformación de una realidad o de un contexto específico (Montufar, et al, 2021).

El diagnóstico se hizo mediante un análisis de la realidad que vive la entidad y los procesos que se llevan a cabo dentro de ella considerando apartados como el clima laboral y organizacional desde los parámetros de referencia de la eficiencia y eficacia en el cumplimiento de las labores, estableciendo parámetros de referencia objetivos desde un proceso de valoración cualitativa.

Técnicas de recolección de la información

Para este estudio descriptivo basado en investigación cualitativa, se utilizaron varias técnicas de recolección de información. En primer lugar, se llevó a cabo una revisión documental para comparar la realidad con lo que ocurre en la entidad. También se utilizó el método de observación participante y diagnóstico, el cual se asoció con la percepción de los empleados de la dependencia en cuestión. De esta manera, se obtuvo información fiable y

verificable que permitió realizar un análisis DOFA y establecer lineamientos de solución para la problemática detectada.

Se efectuó el análisis de los factores externos e internos más relevantes asociados al área de intervención desde dos entrevistas estructuradas con preguntas cerradas, con un mismo conjunto de preguntas y una lista de respuestas preestablecidas. Además, están enfocadas en el proyecto y se les aplicó a empleados de diferentes departamentos dentro del canal regional del oriente colombiano. De este modo, se aplicó una entrevista de percepción (Ver Apéndice A) dirigida a 10 empleados seleccionados aleatoriamente y una entrevista a los dos directivos y un administrativo del canal (Ver Apéndice B).

En este sentido, una vez se recopiló información acerca del contexto empresarial y de los aportes que brinda la literatura a las necesidades de investigación, se procedió a realizar un proceso de triangulación con la información proporcionada por los actores del proceso. Estos actores identificaron las posibilidades de gestión y, a partir de su percepción de la realidad y del proceso empresarial en la entidad, establecieron la problemática y las necesidades puntuales. Posteriormente, se condensaron en una matriz DOFA para desarrollar un proceso de transformación del área y mejorar su rendimiento y proactividad.

Tabla 1*Matriz DOFA del Canal TRO*

Fortalezas	Debilidades	
Tienen personal profesional idóneo y calificado.	Falta de personal periodístico de tiempo completo para agilizar la producción del contenido.	
Poseen implementos necesarios de alta calidad para la creación del contenido que se transmite: luces, cámaras, locación, etc.	Falta de una oficina habilitada para realizar entrevistas de manera eficaz.	
El canal posee un excelente control de calidad para sus programas.	Falta de personal auxiliar para el montaje de la producción.	
Cuenta con una infraestructura óptima para la realización de los programas.		
Se maneja un buen clima laboral		
Oportunidades	Estrategia FO	Estrategia DO
Alianzas estratégicas con otros medios de comunicación internacionales.	Establecer conexiones con las alianzas que tiene el canal con los medios de comunicación a nivel internacional.	Capacitar al personal nuevo en sus diferentes puestos de trabajo.
Aprovechamiento de las plataformas digitales en la difusión de sus productos.	Utilizar las redes sociales del canal para difundir la fecha y hora exacta del lanzamiento de los proyectos.	Crear nuevos espacios televisivos donde se fomente hábitos de vida saludable.
Equipo de trabajo proactivo.		
Es el único canal televisivo que tiene sedes en Santander y Norte de Santander.		
Amenazas	Estrategia FA	Estrategia DA
Falta de compromiso por parte de los periodistas para cumplir con 15 capítulos al mes.	Utilizar las óptimas condiciones de la infraestructura del canal para adecuar oficinas donde se	Establecer un lapso de tiempo estipulado para cada capítulo con el fin de entregar los 15 capítulos al
Existen fallas en las transmisiones en		

vivo de las redes sociales.	pueda grabar las entrevistas.	mes.
		Contratar personal periodístico de tiempo completo para cumplir con los 15 capítulos al mes.

1.2.1 Planteamiento del problema.

En el contexto de la sociedad actual, los procesos de comunicación se han convertido en un elemento crucial para el desarrollo social del hombre. Por ende, se considera que, la necesidad de comunicar se encuentra en todos los ámbitos de la vida cotidiana de las personas, y desde este punto de vista, para el comunicador social, es fundamental replantearse la manera en que se produce la información, para asegurarse que esta se comunique de manera efectiva y acorde a las demandas de las audiencias que se encuentran inmersas en una era de hiperconexión y que busca nuevas fuentes de acceso a la información (Molina et al., 2015).

En este sentido, en el canal TRO, un canal regional del oriente colombiano, uno de los desafíos identificados es el déficit de periodistas que contribuyan en la creación de contenido periodístico para los diversos programas que se emiten. Esta carencia de recursos humanos especializados ha generado una ausencia de contenidos informativos y educativos en áreas de vital importancia para la sociedad.

Como resultado, el canal TRO busca llenar este vacío mediante la creación de contenido audiovisual que informe y eduque a la comunidad sobre temas cruciales como salud, economía y medio ambiente. Para lograrlo, se propone el desarrollo de un producto

audiovisual en formato crónica documental titulado "Vida + Vida". A través de esta propuesta, se busca informar y educar a la audiencia a través de historias reales que muestren de manera impactante y cercana la relevancia y las implicaciones de estos temas en la vida cotidiana de las personas.

De esta manera, la propuesta se centra en la necesidad de crear contenido periodístico que supere el déficit de periodistas y, a su vez, aborde temas fundamentales para la sociedad. Además, se busca aprovechar el poder del formato crónica documental para conectar emocionalmente con la audiencia, proporcionando información significativa y valiosa que contribuya al enriquecimiento y empoderamiento de la comunidad en el oriente colombiano.

1.3 Objetivos de la pasantía.

1.3.1 Objetivo general

Elaborar contenido de tipo periodístico para el programa Vida+Vida del Canal TRO en el municipio de Floridablanca, Santander.

1.3.2 Objetivos específicos

Recopilar la información de los recursos técnicos y humanos para la construcción del contenido audiovisual del proyecto Vida + Vida.

Analizar la información recopilada con el fin de diseñar estrategias y nuevos formatos informativos para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida.

Aplicar los diseños de los contenidos elaborados, con el fin de llevar a cabo las estrategias de redes sociales y de pantalla para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida.

1.4 Descripción de actividades a desarrollar

Tabla 2.

Descripción de las actividades a desarrollar por cada objetivo específico.

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos
Elaborar contenido de tipo periodístico para el programa Vida+Vida del Canal TRO en el municipio de Floridablanca, Santander.	Recopilar la información de los recursos técnicos y humanos para la construcción del contenido audiovisual del proyecto Vida + Vida.	Crear libretos y base de datos. Hacer check list de los equipos de producción. Realizar scouting o trabajo de campo de las locaciones de grabación. Making of o detrás de cámara de la producción.
	Analizar la información recopilada con el fin de diseñar estrategias y nuevos formatos informativos para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida.	Producción en campo Revisar que tipo de producción se está usando para redes sociales. (Flyers, promos, fotos fijas de los capítulos etc.) Generar una estrategia expectativa para el proyecto.
	Aplicar los diseños de los contenidos elaborados, con el fin de llevar a cabo las estrategias de redes sociales y de pantalla para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida.	Pietar capítulos del programa. Crear parrilla de programación digital. Revisar los capítulos que ya están listos con todo el equipo.

1.5 Cronograma de Actividades

Tabla 3.

Cronograma de las actividades a desarrollar.

Actividades a desarrollar	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Crear libretos y base de datos.	■	■														
Hacer check list de los equipos de producción.		■														
Realizar scouting o trabajo de campo de las locaciones de grabación.	■															
Making of o detrás de cámara de la producción.		■	■			■	■			■	■			■	■	
Producción en campo		■				■	■									
Revisar que tipo de producción se está usando para redes sociales. (flyers, promos, fotos fijas de los capítulos etc.)			■			■	■									
Generar una estrategia expectativa para el proyecto.			■			■	■									
Pietar capítulos del programa.						■	■									
Crear parrilla de programación digital.						■										
Revisar los capítulos que ya están listos con todo el equipo.										■	■					

Capítulo 2. Enfoques Referenciales

2.1 Enfoque conceptual.

2.1.1 *Periodismo investigativo*

Para la UNESCO (2023), el concepto de periodismo investigativo corresponde a un género periodístico que se enfoca en descubrir problemas y denunciar irregularidades, corrupción y abusos de poder que son de interés público. La investigación se realiza de manera rigurosa y verificable, asegurando que las pruebas documentadas sean precisas y confiables.

También, se considera como una disciplina que se encarga de recopilar, verificar, interpretar y difundir información relevante sobre hechos, sucesos y acontecimientos que ocurren en el mundo (Fuentes, 2006). El enfoque conceptual sobre el periodismo se refiere a la comprensión de los principios, valores y objetivos fundamentales que guían esta profesión.

En primer lugar, el periodismo se basa en el principio de la veracidad y la búsqueda de la verdad. Los periodistas tienen la responsabilidad de investigar y verificar la información que recopilan antes de difundirla, asegurándose de que sea precisa, equilibrada y objetiva. La integridad y la honestidad son elementos clave en este enfoque

conceptual, ya que los periodistas deben actuar con transparencia y evitar la manipulación o distorsión de los hechos.

Además, el periodismo tiene un papel fundamental en la sociedad al ser un agente de cambio y de vigilancia. Los periodistas deben actuar como una voz independiente y crítica, cuestionando el poder y exponiendo abusos, injusticias y corrupción. Este enfoque conceptual implica el compromiso con el interés público y la defensa de los derechos humanos, promoviendo la rendición de cuentas de las instituciones y fomentando la participación ciudadana (UTB, 2022).

Otro aspecto importante en el enfoque conceptual del periodismo es la diversidad y la pluralidad de voces. Los periodistas deben buscar y representar una variedad de perspectivas, evitando la concentración de medios en manos de unos pocos y promoviendo la inclusión de voces marginadas o silenciadas. Esto implica estar atento a los sesgos y prejuicios, y trabajar para superarlos en la presentación de la información.

Asimismo, en el ejercicio periodístico es fundamental el tema que se elige tal como lo citó el periodista colombiano Gerardo Reyes en su libro *Periodismo de investigación* “el tema que se elige debe ser algo de razonable importancia para el lector o televidente, y que haya quienes se empeñen en esconder esos asuntos al público” (Fuentes, 2006). Es decir, que el periodismo investigativo se diferencia de los demás, por su especialidad en descubrir todo aquello que se oculta.

2.1.2 Estrategias comunicativas

Según Rios et al. (2020), una de las experiencias más destacadas para un profesional o experto en comunicación es la creación y ejecución de estrategias de comunicación, que comúnmente se relacionan con el ámbito organizacional, pero también se pueden aplicar en contextos sociales y periodísticos. Afirman que el concepto de "estrategia de comunicación" es controversial debido a que, en algunos casos, se interpreta como la realización de actividades de comunicación sin una dirección clara, mientras que en otros casos se trata de la ejecución de piezas gráficas que intentan solucionar problemas con un nivel bajo de análisis del contexto de la comunicación.

Cuando se hacen referencia a estrategias en el área de la comunicación para el cambio social, se destaca la importancia de crear oportunidades para que los grupos o comunidades con los que se trabaja tengan un mayor control y poder de decisión. Desde este enfoque se considera que es una herramienta para impulsar procesos de cambio, empoderar a los individuos, consolidar las comunidades y hacer que se escuchen voces que no han sido escuchadas anteriormente (Rodríguez, et al, 2002).

En el ámbito de los medios de comunicación, desde las estrategias de comunicación se generan planes para suplir la responsabilidad de mostrar las realidades de los sistemas, ya sea exponiendo los aciertos y los problemas sociales, culturales, políticos, económicos, entre otros, que enfrentan las sociedades. Desde este enfoque, en el papel de lo público, los medios actúan como una herramienta para apoyar los métodos democráticos y brindar claridad y respaldo a las

comunidades en términos de información. Según Orozco, et al. (2016) los medios son fundamentales para la formación de la opinión pública en una democracia, y a su vez, dan soberanía a los ciudadanos frente a los gobernantes. Se debe tener en cuenta que los medios de comunicación son herramientas comunes en cualquier estrategia de comunicación, aunque normalmente se utilizan en campañas políticas a través de la publicidad y el marketing mediático, mediante la elaboración de un "Plan de medios".

El desarrollo de una estrategia de comunicación exitosa requiere la definición de pautas claras que especifiquen el diseño y la ejecución de acciones necesarias para alcanzar los objetivos establecidos (Rios et al, 2020). Esta debe incluir una serie de elementos clave, entre ellos el diagnóstico, el planteamiento del problema, los objetivos, la imagen estratégica, la matriz operativa, la descripción de actividades, el seguimiento y control, y la presentación de resultados.

Cada uno de estos elementos contribuye en la ejecución eficiente de la estrategia, y juntos forman un conjunto completo y coherente que garantiza el éxito de la estrategia de comunicación. Por lo tanto, es importante dedicar tiempo y recursos suficientes para el desarrollo y la implementación de cada uno de estos elementos.

Asimismo, se considera que las estrategias comunicativas son técnicas y enfoques utilizados para transmitir información y mensajes de manera efectiva. Estas estrategias pueden ser aplicadas en diferentes contextos, ya sea en la comunicación interpersonal, grupal o a nivel organizacional (Aguado, 2004). Las estrategias comunicativas más comunes son:

Claridad en la comunicación: Es importante ser claro y conciso al transmitir un mensaje.

Utiliza un lenguaje sencillo y evita jergas o tecnicismos que puedan generar confusiones.

Organiza tus ideas de manera lógica y asegúrate de que tu mensaje sea comprensible para el receptor.

Escucha activa: La comunicación no es solo transmitir información, sino también escuchar y comprender a los demás. Practica la escucha activa, prestando atención plena a lo que la otra persona está diciendo. Haz preguntas para aclarar cualquier duda y muestra interés genuino en lo que te están comunicando.

Adaptación al receptor: Ajusta tu comunicación al receptor. Considera su nivel de conocimiento sobre el tema, su cultura, su estilo de comunicación y sus necesidades específicas. Adaptarte al receptor te permitirá establecer una conexión más efectiva y evitar malentendidos.

Uso de lenguaje no verbal: La comunicación no verbal juega un papel crucial en el proceso de comunicación. Utiliza expresiones faciales, gestos, postura y contacto visual para complementar tus mensajes verbales. Asegúrate de que tu lenguaje corporal sea coherente con tus palabras, ya que a menudo se les da más peso a las señales no verbales.

Empatía: Consiste en ponerse en el lugar del receptor y comprender sus emociones y perspectivas puede ayudarte a adaptar tu comunicación de manera más efectiva. Muestra empatía y comprensión hacia los demás, y ten en cuenta cómo tus palabras y acciones pueden afectar sus sentimientos.

Uso de medios y canales adecuados: Elige los medios y canales de comunicación más apropiados para transmitir tu mensaje. Puede ser un correo electrónico, una llamada telefónica, una reunión en persona, un mensaje de texto, etc. Considera la urgencia, la complejidad del mensaje y las preferencias del receptor al seleccionar el medio adecuado.

Retroalimentación: La retroalimentación es esencial para asegurarte de que tu mensaje haya sido comprendido correctamente. Solicita retroalimentación al receptor para verificar si ha entendido el mensaje y si tiene alguna pregunta o inquietud adicional. La retroalimentación te permite ajustar tu comunicación según sea necesario.

2.1.3 Producción de Medios audiovisuales

La producción de medios audiovisuales se refiere al proceso de creación y realización de contenido visual y auditivo, como películas, programas de televisión, videos musicales, anuncios publicitarios, documentales, entre otros (Casas, 2022). Esta forma de producción involucra una combinación de elementos técnicos, artísticos y creativos para comunicar un mensaje o contar una historia a través de medios visuales y sonoros.

De acuerdo con Casas (2022), esto requiere un equipo multidisciplinario de profesionales, como directores, guionistas, productores, técnicos de sonido, camarógrafos, editores, diseñadores de producción, entre otros. Es un proceso colaborativo que combina habilidades técnicas y artísticas para crear contenido atractivo y efectivo que pueda entretener, informar o persuadir a la audiencia. Existen diferentes

tipos de producciones dependiendo de la idea que se quiera trabajar. En este caso, la idea es contar historias de la vida real a los televidentes a través del formato crónica documental, por tal motivo la producción adecuada para este programa es la producción documental

Según Lara y Piñeiro (2008), el objetivo de la producción documental es la grabación de hechos reales con el fin de reflejarlos lo más fielmente posible y/o someterlos a análisis. También se puede hacer un vídeo usando grabaciones o filmaciones de archivo, o de otros documentales, reportajes, o trabajos audiovisuales ya existentes.

2.1.4 Teleaudiencia

La teleaudiencia se refiere al público o conjunto de personas que consumen y miran programas de televisión (Euroinnova, 2021). Es el grupo de espectadores que sintoniza los canales de televisión y sigue los contenidos emitidos en la pantalla. Entre otras definiciones se encuentra, la aportada por McQuail y Windahl (1993), en la que se refiere a "la cantidad de personas que están viendo o escuchando un programa de televisión o radio en un momento determinado" (p. 63). Por otro lado, según Barwise y Ehrenberg (1985), se puede definir como "el número promedio de personas que ven un programa durante un intervalo de tiempo específico, generalmente en un solo día" (p. 22).

La medición de la teleaudiencia es fundamental para la industria televisiva, ya que proporciona información sobre la popularidad y el alcance de los programas, lo que a su vez

influye en la programación, la publicidad y la toma de decisiones de los medios de comunicación.

De acuerdo con Euroinnova (2021), existen diferentes métodos y herramientas utilizadas para medir la teleaudiencia, siendo el más común el sistema de medición de audiencia conocido como rating. El rating se basa en la instalación de medidores de audiencia en los hogares seleccionados de forma aleatoria. Estos dispositivos registran los programas que se están viendo en cada momento, y a partir de estos datos se estima el número de personas que están viendo un programa en particular. También se utilizan encuestas y cuestionarios para obtener información demográfica y preferencias de visualización de la audiencia.

La teleaudiencia es de gran importancia para las emisoras de televisión y los anunciantes, ya que les permite evaluar la popularidad y el impacto de sus programas y anuncios. Los resultados de la medición de la teleaudiencia influyen en las decisiones sobre la renovación o cancelación de programas, la programación de horarios, la fijación de precios de la publicidad y la estrategia de comercialización.

Con el auge de las plataformas de transmisión en línea y el consumo de contenidos a través de internet, la forma en que se mide la teleaudiencia está evolucionando. Se están desarrollando nuevas metodologías para capturar y analizar los datos de visualización en línea, como el seguimiento de las reproducciones en línea, los registros de visualización en plataformas de transmisión y las métricas de participación en redes sociales.

2.2 Enfoque legal

2.2.1 Constitución Política de Colombia

En Colombia, la libertad de prensa fue respaldada en la Constitución Política de 1991 en el artículo 20 donde se establece que “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación; en ese sentido, el presente artículo es muy importante porque nos brinda la libertad de expresar nuestros diferentes puntos de vista ante cualquier situación; así mismo, en el artículo 73 de la Constitución Política de Colombia dice lo siguiente “la actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional” , en el presente artículo se evidencia la garantía que tienen los comunicadores de usar cualquier herramienta tecnológica para desarrollar su ejercicio periodístico.

Otra ley fundamental que se encuentra en la normatividad colombiana para el proceso legal de esta estrategia de comunicación es el artículo 2 de la ley 1341 del 30 de julio de 2009, donde se define el acceso al uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones, teniendo en cuenta el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a los usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter transversal que son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento (Ley 1341, 2009).

Capítulo 3. Informe de Cumplimiento de Trabajo

3.1 Presentación de resultados

3.1.1. Resultados del objetivo específico N°1. Recopilar información de los recursos técnicos y humanos para la construcción del contenido audiovisual del proyecto Vida + Vida

Para el logro del primer objetivo, se realizaron tres actividades las cuales ayudaron a darle cumplimiento al mismo.

Actividad N°1. Crear libretos y base de datos.

En esta primera actividad se llevó a cabo una reunión, en la cual estuvieron presentes los integrantes del proyecto Vida + Vida. La pasante se conectó vía virtual debido a que no se encontraba en ese momento en la ciudad y aún faltaba para iniciar la pasantía, según la fecha establecida por la Universidad.

La reunión se realizó con el fin de escribir el plan de producción, el cual es el punto de partida de toda obra audiovisual y se crea en la fase de preproducción; en ese sentido, todos los integrantes aportaron sus ideas para dejar establecidos algunos parámetros para el rodaje del programa. Estos parámetros fueron:

Colores: Se eligió la gama de azules para el cabezote, graficación y animación ya que estos colores representan inteligencia, sabiduría y entendimiento.

Formato de la crónica: Estilo crónica documental, con la voz de la presentadora Paola Romero y la periodista Patricia Nieto, los capítulos tendrán una duración de 48 minutos, los cuales serán divididos en 4 bloques de 12 minutos cada uno.

Localización de las entrevistas: Se grabará en exteriores, como los pasillos, salas de espera y oficinas de clínicas, spa, centros de acontecimiento y centros empresariales, entre otros.

Planos: Se eligieron los planos adecuados para la posición de los entrevistados; los personajes principales se grabarán a dos cámaras, una fija y la otra a 45°, plano americano y centrado, los validadores y fuentes se grabarán a una sola cámara, plano americano y justificado si se encuentran sentados, por el contrario, se grabará plano medio.

Temas: Se eligieron los temas para el programa, los cuales son: salud física, mental y emocional; entre ellos: cáncer, dietas, estrés, embarazo y reproducción, envenenamiento y toxicología, salud ambiental, genética y defectos congénitos, infecciones, lesiones y heridas, salud mental: pandemia peligrosa.

Piloto: Se escogió el cáncer, como tema para el piloto del programa, el cual debía presentarse ante la junta directiva del canal para su aprobación.

Entregables: La directora presentó los entregables Multiplataforma que se debían entregar para promocionar, publicar y divulgar el proyecto por las diferentes redes sociales del canal y noticieros. **(Ver Apéndice C)**

Actividad 2: Hacer check list de los equipos técnicos de producción.

De acuerdo al requerimiento técnico de director y productor, se realizó check list de los equipos de producción y técnicos necesarios para el rodaje de la producción. **(Ver Apéndice D)**

Tabla 4

Equipo técnico:

ITEM	CANTIDA D
Cámaras DSLR	2
Kit de ópticas completo	2
Kit de luz completo	2
GoPro – completas con soporte	2
Kit de Micrófonos de solapa	2
Trípodes	2
Extensiones	6

Actividad N° 3. Realizar scouting o trabajo de campo de las locaciones de grabación.

Se realizó un estudio para escoger las locaciones adecuadas para el rodaje; para esta actividad, la pasante en compañía del camarógrafo y la periodista, llevaban a cabo una

observación de campo, horas antes de la entrevista, con el fin de escoger la mejor locación para la grabación de la misma.

En esta observación de campo, se tenía en cuenta los espacios que se tenían a favor, los objetos y aparatos que usaban los especialistas, que servían para contextualizar la historia.

Luego, de acomodar el set, se procedía a ubicar las luces de acuerdo a la iluminación del espacio, unas veces se usaron dos luces, y otras con solo una luz era suficiente para conseguir el efecto adecuado.

Actividad N° 4. Making of o detrás de cámara de la producción.

Para esta actividad, la pasante con apoyo de su herramienta cámara GoPro filmaba el detrás de cámara de los capítulos del mes de abril, mayo y parte de junio, con el fin de reflejar cómo se realizó la producción audiovisual. Luego, este material fue recopilado para realizar un resumen de todo el trabajo realizado, el cual fue usado como estrategia de redes sociales y de pantalla, así mismo se tomaban fotos fijas por capítulo para que en el momento que el programa fuera emitido, estas sean publicadas en las diferentes plataformas digitales del canal. **(Ver**

Apéndice E)

3.1.2. Resultados del objetivo específico N° 2. Analizar la información recopilada con el fin de diseñar estrategias y nuevos formatos informativos para el lanzamiento.

Actividad N° 1. Revisar que tipo de producción se está usando para redes sociales. (flyers, promos, fotos fijas de los capítulos etc.).

Para esta primera actividad del segundo objetivo específico, la pasante solicitó a la directora del área de programación del canal, que le presentará el tipo de producción que usaban para la divulgación del lanzamiento del programa, la cual le envió un documento por el correo electrónico del programa, donde estaban escritos todas las piezas que se debían entregar, estas fueron:

Video avances en historias de las emisiones para incentivar la visualización en TV.

Cubrimiento por Facebook Live en entrevista una vez a la semana de alguno de los personajes protagonistas participen en el estreno de la semana.

Galería Fotográfica de invitados y contenidos de las emisiones para Instagram.

Video que desarrolle historia de 10 a 15 minutos de duración para Canal YouTube de uno de los temas investigados en los estrenos de la semana.

Por su parte, la pasante le propuso a la directora y productora del programa grabar unas cápsulas estilo reel, en las cuales se presentarán datos importantes de diferentes temas que se abordarán en el programa. La finalidad de estas cápsulas era generar en los cibernautas curiosidad y educarlos en temas que seguramente desconocen, así mismo usarlo como una estrategia de redes sociales y pantalla. **(Ver Apéndice F)**

La propuesta de la pasante fue aprobada y se grabaron 10 cápsulas, las cuales fueron editadas y entregadas con los capítulos.

Actividad N°2. Generar una estrategia expectativa para el proyecto.

Para esta actividad, la pasante creó una estrategia de expectativa la cual denominó “Dos gotas de agua”. **(Ver Apéndice G)**

La estrategia expectativa consistía en que 10 días antes del lanzamiento del programa, se realizará una actividad en la que dos personas disfrazadas de gota de agua, salieran por los diferentes parques del área metropolitana de Bucaramanga, tomados de la mano, realizando una actividad física como: caminar, correr o trotar; y 5 días antes del lanzamiento, las mismas gotas de agua pararse en los principales semáforos con un pasacalle con la hora y el nombre del programa.

Actividad N°3. Piatar capítulos

Para esta actividad, la pasante con ayuda del programa Adobe Premiere y la escaleta, pieto los capítulos del mes de junio, con el fin de acelerar un poco el proceso de producción, ya que anteriormente no se estaba cumpliendo con la meta de los 15 capítulos al mes, debido a la mala organización que había desde la dirección del proyecto. **(Ver Apéndice H)**

3.1.3. Resultados del objetivo específico N° 3. Aplicar los diseños de los contenidos elaborados, con el fin de llevar a cabo las estrategias de redes sociales y de pantalla para el lanzamiento del proyecto Vida + Vida.

Actividad N°1. Elaborar la base de datos de las fuentes periodísticas.

Para el desarrollo de esta actividad, fue necesario buscar el libro donde se estaban archivando las autorizaciones de imagen de los capítulos que ya estaban completos, con el fin de extraer la información importante de las fuentes. Para la elaboración de esta tabla, se utilizó: el nombre del capítulo, la fuente, el nombre de la fuente y el contacto; todos los capítulos iban en orden según cómo iban a emitirse. **(Ver Apéndice I)**

Actividad N°2. Crear parrilla de programación digital.

Para llevar un control del día y la hora en que serán publicados los flyers, las fotos, los reels y todo el material para redes sociales, fue necesario elaborar una parrilla de programación para el área Digital TRO, con el fin de entregarles organizado por capítulos todo el material audiovisual. Además, en la parrilla se organizaron las piezas gráficas que correspondían a cada capítulo con su respectiva sinopsis o copy. **(Ver Apéndice J)**

Actividad N°3. Revisar los capítulos que editados con todo el equipo.

Cuando ya estaban los capítulos editados, se reunía con todo el equipo para verificar que los bloques, los créditos, la música y las presentaciones de los capítulos estuvieran correctos y listos para entregarlos a control de calidad, que era el último filtro. **(Ver Apéndice K)**

4. Diagnóstico final

La producción audiovisual, como su nombre lo dice, es el arte de crear contenido audiovisual ya sea en audio o en video, para ser transmitido o publicado en diferentes plataformas, estas pueden ser medios de comunicación masivos como radio y televisión, pero también medios digitales como redes sociales.

Con esta pasantía se aportó al equipo de producción del proyecto “Vida + Vida” en sus tres fases; inicialmente se realizó un gran aporte en la preproducción; se escribió el plan de producción donde se establecieron los siguientes parámetros: colores, formatos, locación de entrevistas, planos, temas, piloto y entregables, asimismo, se establecieron los equipos técnicos necesarios para la producción.

Luego, se realizó un acompañamiento a todas las entrevistas del mes de marzo al mes de mayo; se grabó el detrás de cámara de todo el proceso, vídeos cortos del personaje principal, fotos de las fuentes periodísticas e imágenes y videos de apoyo. También se llevaba control de las autorizaciones de imagen de cada entrevistado y se escribió un guion para un capítulo.

En el transcurso de la producción, se observó que no se estaba cumpliendo con el objetivo del proyecto, el cual era entregar 15 capítulos, por tal motivo, se propone a la directora del proyecto, reorganizar la forma que se estaba produciendo, para esto, se convocó a todo el

personal a una reunión donde se encontraba la jefe del área y se le presentó la propuesta, la cual fue acogida por todo el personal y su resultado fue muy positivo. Con la nueva organización de producción, se eligieron diferentes roles donde a partir del mes de junio, la pasante se dedicaría a pietar los capítulos.

Se continuó con el pietaje de los capítulos y a su vez, con la estrategia de redes sociales y de pantalla; se redactaron 12 guiones y se grabaron 12 cápsulas en las cuales se abordaron diferentes temas del proyecto.

Finalmente, se revisaron los capítulos listos del mes de junio para ultimar detalles y enviarlos a control de calidad.

5. Conclusiones

El estudiante logró cumplir con su objetivo general de elaborar contenido periodístico para el programa Vida + Vida del Canal Tro, tal como se muestra en las evidencias.

Para realizar un diagnóstico del área, es importante realizar una observación de campo primero y luego, entrevistar a las personas que trabajan para el mejoramiento continuo de la dependencia y de la empresa en general.

La fase más importante de la producción audiovisual es la preproducción porque es donde se sientan las bases del proyecto.

Si un proyecto no está bien organizado desde la dirección es imposible cumplir con el número de entregas mensuales.

Para un proyecto de 130 capítulos es importante contar con un numeroso equipo de trabajo, donde cada uno cumpla un rol dentro de la organización para una mayor eficiencia y eficacia del trabajo.

El estudiante logró ampliar sus conocimientos en temas de producción audiovisual.

6. Recomendaciones

En todo proyecto es importante que el personal conozca cada una de las funciones de sus demás compañeros para evitar confusiones.

Se hace necesario una mayor comunicación para mejorar el ambiente laboral y que cada integrante pueda sentirse a gusto en su puesto de trabajo y en la ejecución de sus funciones.

En cuanto al personal, se hace necesario contratar más periodistas para agilizar el proceso de producción del proyecto y organizarse más como equipo.

Es importante que revisen los capítulos una, dos o tres veces si es necesario cuando ya estén listos.

Referencias

- Aire Comunicación, Lara, T., & Piñeros, A. (2008). *Apuntes para la formación de Producción Audiovisual*.
https://www.airecomunicacion.org/sites/all/files/imce/PUBLICACIONES/ProduccionAudiovisual_AndresTiscar.pdf
- Aguado, J. A. (2004). Introducción a las teorías de la información y la comunicación.
[https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](https://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)
- Alsina, K. (2020, febrero). *Creación de contenidos periodísticos para la producción propia de mi TV canal 20 de Aguachica, Santander*. Retrieved July 14, 2023, from
<http://repositorio.ufpso.edu.co/xmlui/bitstream/handle/123456789/547/33933.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Barwise, P., & Ehrenberg, A. (1985). *Television and its audience*. London: Sage Publications.
- Canal Regional del oriente colombiano Canal TRO. (2022). *1. Información de la entidad – Ley de Transparencia Canal TRO*. Ley de Transparencia Canal TRO. Retrieved July 7, 2023, from <https://transparencia.canaltro.com/informacion-de-la-entidad/>
- Casas, L. (2022). ¿Qué es la producción audiovisual? Agencia Occam.
<https://www.occamagenciadigital.com/blog/qu%C3%A9-es-la-producci%C3%B3n-audiovisual>

Euroinnova (2021). Cómo se mide la audiencia televisiva.

<https://www.euroinnova.co/blog/como-se-mide-la-audiencia-televisiva>

Fuentes, C. (2006). ¿Es viable el periodismo investigativo? *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto*, (19, 2006).

<https://www.redalyc.org/pdf/971/97117399011.pdf>

Hamui-Sutton, A. (2013, junio 27). Un acercamiento a los métodos mixtos de investigación en educación médica. *El Sevier*, 2(8), 211-216.

<http://riem.facmed.unam.mxindex.php/riem/article/view/418>

McQuail, D., & Windahl, S. (1993). *Communication models*. Norwood, NJ: Ablex Publishing.

Molina, A; Roque, L; Garcés, B; Rojas, Y; Dulzaides, M; & Selín, M. (2015). El proceso de comunicación mediado por las tecnologías de la información. Ventajas y desventajas en diferentes esferas de la vida social. *MediSur*, 13(4), 481-493. Recuperado en 25 de julio de 2023, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2015000400004&lng=es&tlng=es.

Montufar, N., S, B., Rodríguez, R., E, R., Estrada, L., A, I., Guaré, B., S, C., Hernández, F. G., H, M., Flores, & d. C., & A, M. (2021). Importancia del Contexto Social para la Investigación. *Revista Científica del Sistema de Estudios de Postgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala*, 4(1), 77–84, 8.

<https://doi.org/10.36958/sep.v4i1.77>

Marcalima (2023) *Producción Audiovisual: ¿qué es y cuáles son sus características?* (n.d).

Marca Lima. Retrieved July 14, 2023, from <https://marcalima.pe/produccion-audiovisual/que-es-produccion-audiovisual/>

- Orozco, C. A., Delghams, L. H., & Manrique, J. S. (2016). Participación ciudadana a través de los medios de comunicación como legitimación de la democracia participativa en Colombia. *ADVOCATUS*, 145 - 153.
- Rodríguez, C., Obregón, R., & Vega, M. J. (2002). Estrategias de comunicación para el cambio social. Friedrich - Ebert - Stiftung: Quito, Ecuador.
- Ríos, E. F., Páez, H. A., & Barbos, J. F. (2012). Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento. <https://redipe.org/wp-content/uploads/2020/10/Libro-estrategias-de-comunicacion.pdf>
- Ruiz, J. I. (2009). *Metodología de la investigación cualitativa* (Vol. 15).
<file:///C:/Users/USUARIO/Downloads/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa.pdf>
- UNESCO (2023). La Investigación a partir de historias: manual para periodistas de investigación. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000226457>
- UTB (2022). El papel del periodismo y la comunicación social para transformar la sociedad. <https://www.utb.edu.co/blog/blog-de-ciencias-sociales-y-humanidades/el-papel-del-periodismo-y-comunicacion-social-en-la-sociedad/>

Apéndices

Apéndice A. Entrevista para empleados

Formato de entrevista 001.			
Aplicado a empleados en el marco del proyecto Creación de contenido periodístico para apoyar el proyecto “Vida + Vida” del canal regional del oriente colombiano			
Nombre		Dependencia	
Cargo		Antigüedad	
Pregunta	Respuesta	Observaciones	
1. ¿Cómo se maneja el proceso de calidad en la gestión de los programas del canal?			
2. ¿Qué opinas sobre la calidad y cualificación del personal del canal?			
3. ¿Cómo ves la gestión de contratación en relación a la idoneidad del cargo?			
4. ¿Crees que el personal del canal cumple con el perfil periodístico de calidad?			
5. ¿Qué opinas sobre el servicio de televisión que ofrece el canal?			
6. ¿Consumes el producto del canal en casa?			
7. ¿Qué opinas sobre el presupuesto disponible para la producción en relación a las necesidades y exigencias de calidad en el mercado actual?			

8. ¿Los equipos disponibles cumplen con los estándares mínimos para suplir las necesidades de producción y calidad?		
9. ¿Existe una segmentación de la programación por afinidad o se desarrolla de forma aleatoria?		
10. ¿Cómo ves la diferencia entre las capacidades de producción, calidad y presupuesto del canal en comparación a los competidores?		

Apéndice B. Entrevista para administrativos

Formato de entrevista 002.			
Aplicado a Administrativos en el marco del proyecto Creación de contenido periodístico para apoyar el proyecto “Vida + Vida” del canal regional del oriente colombiano			
Nombre		Dependencia	
Cargo		Antigüedad	
Pregunta	Respuesta	Observaciones	
1. ¿Cómo se gestiona la calidad de los programas en el canal?			
2. ¿Está satisfecho con la calidad y la capacitación del personal del canal?			
3. ¿Cree que la contratación se hace en función de la idoneidad del cargo?			
4. ¿Considera que el personal del canal cumple con el perfil periodístico de calidad?			
5. ¿Qué opina sobre la calidad del servicio que ofrece el canal?			
6. ¿Ve usted los programas que ofrece el canal en su hogar?			
7. ¿Cree que el presupuesto asignado para la producción es suficiente para cumplir con las exigencias de calidad en el mercado actual?			

8. ¿Los equipos disponibles cumplen con los requisitos mínimos para cumplir con las necesidades de producción y calidad?		
9. ¿La programación del canal se desarrolla de forma segmentada o de forma aleatoria?		
10. ¿Cómo ve la diferencia entre la capacidad de producción, calidad y presupuesto del canal en comparación con los competidores?		

Apéndice C. Libro de producción

VIDA +VIDA PPTX

Archivo Editar Ver Insertar Formato Diapositiva Organizar Herramientas Ayuda

Fondo Diseño Tema Transición

1 VIDA +VIDA

2

3

4

5

6

COLORES

- CABEZOTE
- GRAFICACIÓN
- ANIMACIÓN

Los colores del bienestar

Activar Windows

VIDA +VIDA PPTX

Archivo Editar Ver Insertar Formato Diapositiva Organizar Herramientas Ayuda

Fondo Diseño Tema Transición

1 VIDA +VIDA

2

3

4

5

6

FORMATO

CRÓNICA

DOS VOCES EXCLUSIVAS
(PATRICIA NIETO)
PRESENTADOR(A)

TIEMPO

- 48 MINUTOS
- 4 BLOQUES DE 12 MINUTOS

Haz clic para añadir notas del orador

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

VIDA +VIDA **SPPTX** Archivo Editar Ver Insertar Formato Diapositiva Organizar Herramientas Ayuda

Fondo Diseño Tema Transición

1 **VIDA +VIDA**

2 **LOGOS**

3 **ANIMOS**

4 **EFECTOS**

5 **FOCUS**

6 **MC**

SET EXTERIORES

CLÍNICAS	SPA	CENTROS ACONDICIONAMIENTO	CENTROS EMPRESARIALES
EN LOS PASILLOS SALAS DE ESPERA OFICINAS ESTRATEGICAS	SALAS ESPECIALIZADAS PASILLOS ZONAS HUMEDAS	SALAS ESPECIALIZADAS MAQUINAS	SALAS ESPECIALIZADAS PASILLOS CONSULTORIOS
FOSCAL, HIC, UIS	MARIA MAGRETH, PERLA SPA, HOTEL ROSEUER	URBAN TRAININ, GIMNASIOS	NATURA, CENTRO EMPRESARIAL FENIX




Haz clic para añadir notas del orador

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

PLANOS **XLSX** Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

75% € % 0.00 123 Arial 65 + B I A

A1:F1 VIDA + VIDA

PAOLA ROMERO PRODUCTORA		
NAYDA DURÁN		
PERSONAL	TIPO DE PLANO	REFERENCIA
PRESENTADORA	GENERAL	
	TRAVELLING DE GRUA	
	PRIMER PLANO	

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Apéndice D. Check list equipos de producción.

VIDAS+VIDAS PERSONAL FINAL .DOCX

Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda

100% Texto nor...

←

Resumen +

Esquema

Los títulos que añadas al documento aparecerán aquí.

VIDA + VIDA

REQUERIMIENTO DE PERSONAL Y EQUIPOS TÉCNICOS

EQUIPO DE PRODUCCIÓN:

Según el cronograma de producción se solicita 2 equipos de producción y 2 editores destinados para el proyecto, con la finalidad de cumplir con los requerimientos de entregas de 15 capítulos mensuales. El cronograma fue revisado por la dirección de producción y programación en cual fue aprobado:

- Director
- Productor
- Asistente de producción
- Periodista e investigador 1
- Periodista e investigador 2
- Practicante de comunicación social 1
- Practicante de comunicación social 2
- Camarógrafo 1
- Camarógrafo 2
- Editor 1
- Editor 2
- Diseñador

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

VIDAS+VIDAS PERSONAL FINAL .DOCX

Archivo Editar Ver Insertar Formato Herramientas Ayuda

100% Texto nor...

←

Resumen +

Esquema

Los títulos que añadas al documento aparecerán aquí.

VIDA + VIDA

EQUIPO DE MASTER

- Director
- Director de cámaras
- Productor
- Presentador
- VTR
- Graficación
- Sonidista
- Personal de Técnica
- Auxiliar 1
- Auxiliar 2
- Camarógrafo 1
- Camarógrafo 2 Grúa
- Camarógrafo 3
- Maquillaje
- Dirección de arte

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

←

Resumen +

Esquema

Los títulos que añadas al documento aparecerán aquí.

2 ESTACIONES DE EDICIÓN:

Se requiere 2 estaciones de edición, con 2 equipos de edición que cuente con toda la suite de adobe completa, buena capacidad de memoria interna, mínimo 32 gigas de ram y 4 a 8 gigas de tarjeta gráfica.

2 EQUIPOS DE PRODUCCIÓN EN CAMPO:

ITEM	CANTIDAD
Cámaras DSLR	2
Kit de ópticas completo	2
Kit de luz completo	2
GoPro – completas con soporte	2
Kit de Micrófonos de solapa	2
Tripodes	2
Extensiones	6

BACKUP:

Se hace el desglose de material de backup teniendo en cuenta el nivel de información y material que se obtendrá debido a que son 130 capítulos de 48 minutos.

+

☑

👤

📍

+

Apéndice E. Evidencias detrás de cámara de la producción.







Nota: Fotografía detrás de cámaras para redes sociales



Nota: Fotografía detrás de cámaras para redes sociales



Nota: Fotografía detrás de cámaras para redes sociales

Apéndice F. Propuesta estrategia de redes sociales y de pantalla.

Estrategia de redes

Archivo Editar Ver Herramientas Ayuda

Presentación Compartir

1

2

3

4

5

Instagram

Una semana antes del estreno publicar un flyer informativo del gran estreno del programa con fecha y hora exacta de emisión.

Tres días a la semana, de lunes a miércoles se va a publicar un reel en his

Historias

- Video de 1 minuto formato reel detrás de cámara del capítulo que se va a abordar en el programa.

Feed

- Crear un flyer general del proyecto, anunciando la fecha y hora exacta del gran estreno de Vida + Vida.
- Crear un flyer interactivo con una pregunta con respecto al capítulo que se va a abordar en el programa para publicar como feed.

Estrategia de redes

Archivo Editar Ver Herramientas Ayuda

Presentación Compartir

1

2

3

4

5

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Estrategia de redes

Archivo Editar Ver Herramientas Ayuda

Presentación Compartir

1

2

3

4

5

Facebook

Una semana antes del estreno publicar un flyer informativo del gran estreno del programa con fecha y hora exacta.

Tres días a la semana, de lunes a miércoles se va a publicar un flyer del nombre del capítulo con hora exacta de emisión.

Los jueves se graba una facebook live del capítulo que tuvo más rating en la semana para publicar los viernes.

Historias

- Video de 1 minuto formato reel detrás de cámara del capítulo que se va a abordar en el programa.

Feed

- Crear un flyer general del proyecto, anunciando la fecha y hora exacta del gran estreno de Vida + Vida.
- Crear un flyer interactivo con una pregunta con respecto al capítulo que se va a abordar en el programa.

Activar Windows

ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES .xlsx

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

125% Arial 12

CRONOGRAMA DE REDES SOCIALES

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	CRONOGRAMA DE REDES SOCIALES												
2													
3	SEMANA 2 JUNIO			SEMANA 3 JUNIO			SEMANA 4 JUNIO						
4													
5	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES				
6	REEL IMPORTANCIA DEL AGUA	REEL HÁBITOS CUIDADOS DE SALUD MENTAL	REEL IMPORTANCIA DE RECICLAR PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE	REEL CINCO DATOS QUE NO SABÍAS DEL YOGA	REEL TIPS DE COMO RECICLAR DESDE CASA	REEL CINCO BENEFICIOS DE DONAR ORGANOS	REEL CINCO BENEFICIOS DE DONAR SANGRE	REEL BENEFICIOS DEL CANNABIS MEDICINAL	REEL ENFERMEDAD DE DUCHENNE				
7					REEL DATOS CURIOSOS DE LOS ARBOLES		REEL COSAS QUE NO SABÍAS DE LA DONACIÓN DE ORGANOS	REEL COSAS QUE NO SABÍAS DE LOS ALIMENTOS ORGANICOS	REEL DIFERENCIAS ENTRE VEGANOS Y VEGETARIAN OS				
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Hoja 1 Hoja 2 Explorar

Detrás de cámara grabación de cápsulas.









Apéndice G. Propuesta estrategia de expectativa

The image shows a screenshot of a PowerPoint presentation in a software interface. The title bar indicates the file is 'VIDA + VIDA.pptx'. The menu bar includes 'Archivo', 'Editar', 'Ver', 'Insertar', 'Formato', 'Diapositiva', 'Organizar', 'Herramientas', and 'Ayuda'. The ribbon shows 'Fondo', 'Diseño', 'Tema', and 'Transición'. The slide content is as follows:

ESTRATEGIA EXPECTATIVA PANTALLA

DOS GOTAS DE AGUA

- TIEMPO: 10 DÍAS
- TOMADOS DE LA MANO POR LOS PRINCIPALES PARQUES DEL ÁREA METROPOLITANA
- A VECES TROTANDO OTRAS CONVERSANDO, HACIENDO EJERCICIO
- TIEMPO: 5 DÍAS
- TOMANDOSE FOTOS CON LA GENTE
- TIEMPO: 5 DÍAS
- CON UN PASA CALLE CON LA HORA Y EL NOMBRE DEL PROGRAMA EN LOS PRINCIPALES SEMAFOROS



Apéndice H. Evidencias pietaje de capítulos.



Apéndice I. Base de datos de fuentes periodísticas.

ESTRATEGIA DE REDES SOCIALES .XLSX

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

125% 123 Arial 10

A1H2 Bases de Datos Fuentes Periodísticas

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	BASES DE DATOS FUENTES PERIODÍSTICAS												
2													
3	NOMBRE DEL CAPITULO	FUENTE	NOMBRE DE LA FUENTE	TELÉFONO									
4	CÁNCER DE MAMA	PERSONAJE 1	JEFERSON VEGA	3168328831									
5		PERSONAJE 2	LIGIA ÁLVAREZ	3174154356									
6		DOCTOR	CARLOS CALDERÓN										
7		PSICOLOGO	PSIC. NESTOR MURILLO										
8		FUENTE 3	CLARITZA CARDENAS	3133355819									
9		FUENTE 4	EVELY OSORIO	3173384589									
10		FUENTE 5	CLAUDIA AMAYA	3152148983									
11	HIPERTENSIÓN	PERSONAJE 1	CARMEN DE JESÚS GUTIERREZ	3046767662									
12		DOCTOR	DR. PATRICIO LÓPEZ	3153068939									
13		FISIOTERAPEUTA	FISIO. JAVIER HERNÁN CARREÑO	3183729467									
14		PERSONAJE 2 - NUTRICIONISTA	JENIFER BUITRAGO	3144714209									
15	ENFERMEDADES CORONARIAS	PACIENTE ENFERMEDAD CARDIACA	JORGE TERAN PIZZA	3175736335									
16		HIJA DE PACIENTE	DIANA MARCELA TERÁN	3177848913									
17		PERSONAJE 2 - ESPOSA DE PACIENTE	HORTENCIA ORTIZ ARÉVALO	3166900731									
18		MEDICINA INTERNA	JAIME ALBERTO RODRÍGUEZ	3208303615									
19		ÚROLOGO	WILMER RIVERO	3186197005									
20		SOBREVIVIENTE	ÁLVARO RAMÍREZ	3168127857									

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Hoja 1 Hoja 2

20		SOBREVIVIENTE	ÁLVARO RAMÍREZ	3168127857									
21	CÁNCER DE PROSTATA	PERSONAJE 2	JOSÉ DE JESÚS LEÓN HEREDIA	30055739734									
22		PERSONAJE 1	ARMANDO ERNESTO SANMIGUEL	3008707916									
23		PSICÓLOGA	ESTIBALIZ RIOS GÓMEZ	3164327741									
24	EMPREDIMIENTO	ARQUITECTO - EMPRENDEDOR	PEDRO TAMAYO	3006604374									
25		EXPERTA EN FINANZAS	CAROLINA CONTRERAS MANTILLA	3158157891									
26		ABOGADA	ANDREA ORDOÑEZ	3003905834									
27		CÁMARA DE COMERCIO	SERGIO VELÁSQUEZ	3124578186									
28		SECRETARIO COMPETITIVIDAD	RAÚL JULIAN SERRANO	3208599491									
29		EMPREDADORA OH QUE CHURRO	KAREN HERNÁNDEZ	3178088958									
30	TALLA BAJA	MAMÁ DE CASO 2	ALEIDA CARVAJAL	3102733112									
31		ENTRENADOR CRISPIN	WILLIAM DAVID JIMENEZ	3186962379									
32		MÉDICO DEPORTIVO	JULIAN FIGUEROA	3174273406									
33		PROTAGONISTA	NELSON CRISPIN	3182917580									
34		MAMÁ DE PROTAGONISTA	ANA VICTORIA CORZO	3202767611									
35		DOCTORA	DRA. MARIA PAULA SARMIENTO	3168336003									
36		CASO 2	PEDRO CANTILLO	3102733112									
37		PSICOLOGO DEPORTIVO	JUAN PABLO MONTOYA										
38		HIJA DE PERSONA EN DOMICILIO	DIANA MARCELA GÓMEZ	3177773715									

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Hoja 1 Hoja 2

39	DIABETES	PERSONAJE PRINCIPAL	ESTHER GÓMEZ MENESES	318442379																			
40		PERSONAJE 2	GLORIA ISABEL GÓMEZ MENESES	3209479385																			
41		NUTRIÓLOGA	LAURA APARICIO	3008087817																			
42		DOCTOR	MICHAEL MORALES	3125802568																			
43	EMBARAZO EN ADOLESCENTES	PERSONAJE PRINCIPAL	DEIDY YULIETH ASTROZA	3178388104																			
44		DIRECTORA HOGAR CORAZÓN DE JESUS	PAOLA ANDREA ARDILA	3178388104																			
45		PSICÓLOGA	ESTIBALIZ RIOS GÓMEZ	3164327741																			
46		ENDOCRINOLOGO	PATRICIO LÓPEZ JARAMILLO	3153068939																			
47		NUTRICIONISTA	JENIFFER BUITRAGO	3144714209																			
48	CRISIS FINANCIERA TASTYZON	PERSONAJE PRINCIPAL	GILBERTO	3134563581																			
49		ADMINISTRADORA	OLGA LUCIA LARROTA	3134416775																			
50		CHEF	NIEVES VILLABONA	3157602403																			
51		MAESTRO DE OBRA	PEDRO ÁNGEL QUINTERO	3163202192																			
52		EMPLEADA	INES BOHORQUEZ	3014829761																			
53		CLIENTE	JULIA PÉREZ																				
54		CLIENTE	YOLANDA BELTRÁN	3242992540																			
55		DUEÑA DE LA GALERÍA	GLADYS INES PEÑA LEÓN	3156367250																			
56		DISEÑADOR	EDWIN ROGERIO GARCIA	3182704013																			
57		CLIENTE FIEL	JAHIR LAGOS	3007047777																			
58	CLIENTE FIEL	ROSARIO CALDERÓN	3105541358																				
59	EMPLEADO	MAURICIO VÁSQUEZ	3183770626																				
60	FISIOTERAPEUTA	MARCELA ARCINIEGAS	3012383481																				

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N										
59			EMPLEADO		MAURICIO VÁSQUEZ		3183770626																
60	TERAPIA VOJTA		FISIOTERAPEUTA		MARCELA ARCINIEGAS		3012383481																
61			PERSONAJE 1		KATHERIN ÁLVAREZ		3144868505																
62			CUIDADORA DE MARIA VICTORIA		RUBIELA REYES		3172287126																
63	OPERACIÓN EN FETOS		MAMÁ DE PACIENTE		INGRID VANNESA HENAO		3165305503																
64			DOCTOR WO		WILLIAN CONTRERAS		3112957003																
65			PERSONAJE PRINCIPAL		ERIKA TATIANA MONTAÑEZ		331646222																
66		ESPOSO DE ERIKA		JERSON SOLANO ARDILA		3154994278																	
67		GINECÓLOGA		MONICA BELTRÁN		3153734329																	
68	POLIOMELITIS		PERSONAJE PRINCIPAL		JAIRO MANTILLA																		
69			MÉDICO GENERAL		GABRIEL CORREA		3004420490																
70			MÉDICO GENERAL		LIZETH ADRIANA FLOREZ		3107808840																
71			HERMANA JAIRO		MARIELA MANTILLA		3186929127																
72		AMIGO DE JAIRO		EDUARDO DELGADO		3165570793																	
73		GESTORA SOCIAL		ELSA JAIMES		3187754973																	
74	PARKINSON		PERSONAJE PRINCIPAL		DIMA MENDOZA		3025749786																
75			NEUROCIRÚJANO		WILLIAM CONTRERAS																		
76			HIJA DE DIMA		VIGDIS HERNÁNDEZ		3025749786																
77			CUIDADORA DE DIMA		JOHANA MILENA MERCHÁN		3114576144																
78			FISIOTERAPEUTA		YENNY CAMACHO		3182639667																
79		YERNO DE DIMA		MANUEL GIOVANY VILLAMIZAR		3112487641																	
80				JURG NIEDERBACHER																			

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N										
121	YOGA Y MEDITACIÓN		TERAPEUTA		SEBASTIAN FRANCO																		
122			PERSONA QUE PRACTICA YOGA		ANGELA MARTÍNEZ																		
123			NUTRICIONISTA		LAURA APARICIO		3043776743																
124		PERSONA QUE PRACTICA YOGA		YOLANDA HERNÁNDEZ																			
125	POST COVID		PERSONAJE PRINCIPAL		NELVERY MANTILLA		3173733219																
126			ESPOSO DE NELVERY		JAHIR LAGOS		3007047777																
127					VICTOR		3164718912																
128		PSICÓLOGO		GERSON TABARES		3208206912																	
129	RECICLAJE		PERSONAJE 1		SARA SOFIA DÍAZ LEÓN		3128456393																
130			PERSONAJE 2		OLIVER REYES		3058817095																
131			RECICLADORA		NELLY GUERRA																		
132		INGENIERA AMBIENTAL		LAURA																			
133	SORDOS		PERSONAJE PRINCIPAL		MARIA CAMILA SÁNCHEZ		3023686878																
134			PERSONAJE 2		CLAUDIA ACEVEDO		3177993175																
135			PERSONAJE 3		GERMAN SÁNCHEZ		3177993175																
136			PERSONAJE 4		IVETH SÁNCHEZ		3153957766																
137		DOCENTE		ANDREA JULIANA CÁCERES		3017968760																	
138		RECTOR ENSB		ELIAS VERGEL		3182619002																	
139	VIH		PERSONAJE PRINCIPAL		JEFERSON VARGAS		3243295830																
140			DOCTOR		AGUSTIN VEGA		3002414791																
141			FAMILIAR		ANDERSON ROJAS		3184779084																
142		PSICÓLOGA		ANA FIVIA ARDILA		3153840941																	

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
144	DUCHENNE		MAMÁ DE JUAN DIEGO		DIANA VILLAMIZAR		3164807102						
145			PSICÓLOGA - FUNDACIÓN MANTITA GRIS		KAROL TARAZONA		3208004573						
146			GENETISTA		GUSTAVO CONTRERAS		3174843895						
147			PERSONAJE PRINCIPAL		JUAN DIEGO								
148			HERMANO DE JUAN DIEGO		SANTIAGO ATUESTA								
149	ACNÉ				MABEL ÁVILA		3158015883						
150			PAPÁ DE JHOAN		EDINSON NUÑEZ		3174571079						
151			PERSONAJE PRINCIPAL		JHOAN SEBASTIÁN DUEÑEZ								
152			PSICÓLOGA		LORENA FLOREZ		3508301563						
153			SPA		CORPUS DIAZ		3115048405						
154			PAPÁ DE PAULA		LUIS ENRIQUE BARRERA		3182219236						
155			PERSONAJE 2		PAULA ALEJANDRA BARRERA		3182219236						
156			PERSONAJE PRINCIPAL		LISETH NATALIA NUÑEZ		3003552804						
157	ANSIEDAD		MAMÁ DE LIZETH		CAROLINA NUÑEZ		3003564027						
158			PSICÓLOGA		INDIRA SUÁREZ		3167166378						
159			PACIENTE		LUIS CARLOS HEREDIA		3154197938						
160			PSIQUIATRA		GISELL ÁVILA		315888202						
161			INGENIERO		RODOLFO URIBE		3227280078						
162	ROBÓTICA		NEUROCIRUJANO		WILLIAM CONTRERAS								
163			ADULTO EN TRONIX		GUSTAVO RINCÓN		3165897420						
164			NIÑO EN TRONIX		JUAN PABLO TORRES								
165			MAMÁ DE JUAN PABLO		MARTHA TORRES		317412983						

Activar Windows

Apéndice J. Parrilla de programación digital.

PARRILLA DIGITAL										VIDA + VIDA										
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda										Compartir										
Predet...																				
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S		
3	FECHA INICIO																			
4	FECHA FIN																			
5	TEMA DE PUBLICACIÓN										Proyecto Vida + Vida									
6	OBJETIVO:																			
7	HASHTAG										#EstrenosTRO #VIDA+VIDA #GranSantander									
8	ANEXOS										RED SOCIAL		SINOPSIS CAPÍTULO / COPY (130)		ETIQUETAS		PIEZA O ANEXO			
9	Fiyer cuenta regresiva del 10 al 0										FB - TW - IG		#EstrenosTRO Llega a nuestra pantalla una producción que te enseñara la importancia de crear y mantener hábitos de vida saludable en compañía de expertos. Muy pronto descubrirás #Vida+Vida.				Fiyer promocional - 10 fyer de cuenta regresiva			
10	Fiyer capítulo 1 - CÁNCER DE MAMA										FB - TW - IG		El cáncer de mama es el tipo de cáncer más diagnosticado en el departamento de Santander, en este capítulo relatamos la historia de Angela Hernández, una mujer icono de la política y la fe en Colombia, tomamos esta historia con la intención de dar a conocer a la comunidad Santandereana los cuidados y la forma como podemos apoyar a una persona diagnosticada con cáncer de mama.				Reel detrás de cámara - Fiyer capítulo - fotos del capítulo.			
11	Fiyer capítulo 2 - HIPERTENSIÓN ARTERIAL										FB - TW - IG		La Hipertensión Arterial es una enfermedad que no tiene cura, en este capítulo relatamos la historia de la señora Carmén de Jesús Gutiérrez de González, paciente hipertensa que nos cuenta como es convivir 18 años con esta enfermedad y como ha tenido que mejorar sus hábitos de vida. Conocemos las opiniones de especialistas expertos en esta enfermedad quien nos darán indicaciones para prevenirla y como mejorar los indicadores de la presión arterial.				Reel detrás de cámara - Fiyer - fotos del capítulo.			

PARRILLA DIGITAL										VIDA + VIDA								
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda										Compartir								
Predet...																		
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
[REDACTED]																		

PARRILLA DIGITAL .xlsx

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

90% 123 Predet... + B I Z A

131:K31

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
21		Fyer capítulo 13 - SORDOS			FB - TW - IG														
						De acuerdo con la Encuesta Nacional de Calidad de Vida realizada por el DANE, para el año 2022 en Colombia 450.784 personas se autocalifican como una persona con algún nivel de discapacidad auditiva. Según la Organización Mundial de la Salud, se calcula que 446 millones de personas, es decir más de 5% de la población mundial tienen una pérdida auditiva incapacitante. De ese total, 500.000 son colombianas, es decir, el uno por ciento de su población, que se estima en 49.000.000. Hoy queremos mostrar como vive su día a día una familia sorda, quienes de sus cuatro integrantes solo una persona es oyente y pese a esta discapacidad han logrado salir adelante y ser personas productivas en esta sociedad.						Reel detrás de cámara - Fyer - fotos del capítulo.							
22		Fyer capítulo 14 - EPILEPSIA			FB - TW - IG														
						El 1,3 % de la población colombiana padece epilepsia, enfermedad que representa el 0,8% de las causas de mortalidad en el país. Colombia desarrolla una ruta de atención para facilitar el manejo integral de esta enfermedad, padecida por 65 millones de personas en el mundo. Hoy en Vida + Vida conoceremos la historia de Santiago Rodríguez Valencia, un joven de 21 años quien nació con un diagnóstico poco alentador y que gracias al amor de su familia, del trabajo de un equipo interdisciplinario y a los avances de la ciencia y la tecnología ha logrado mejorar su calidad de vida. Pero que es la epilepsia, quienes la padecen, se puede curar, estos y otros interrogantes serán analizados en el capítulo de hoy.						Reel detrás de cámara - Fyer - fotos del capítulo.							
23		Fyer capítulo 15 - CÁNCER DE PIEL			FB - TW - IG														
						El cáncer de Piel aumenta en Colombia, de acuerdo con la Cuenta de Alto Costo, entre el 2 de enero de 2020 y el 1º de enero de 2021, se registraron 5.909 casos, es decir 503 nuevos y 441 fallecimientos, convirtiéndose en el octavo tipo de cáncer con mayor número de casos nuevos reportados en ambos sexos. La mortalidad asociada al melanoma también ha aumentado en Colombia desde el 2015, con un incremento del 30% en comparación con 2021. A nivel mundial, se diagnosticaron en el 2020 más de 18.000 casos nuevos de melanoma y se calcula que para el 2040, la detección será de 31.500 casos en el mundo.						Reel detrás de cámara - Fyer - fotos del capítulo.							
24		Fyer capítulo 16 - MIOPIA			FB - TW - IG														
						Cuando se observan objetos lejanos y no se logra enfocar con nitidez, es factible que nuestro sistema óptico tenga un defecto visual llamado MIOPIA. En este, las imágenes se forman antes de la retina. Estudios han identificado más de 40 genes productores de miopía y uno de los más importantes predictores es que los padres la sufran. Sin embargo, el incremento de casos en tan corto tiempo (últimas décadas); se considera como una verdadera epidemia y no se debe solo a la genética. En este capítulo contaremos la historia de Sebastián un joven de 17 años amante del fútbol al que la miopía le llegó a temprana edad pero que ha sabido sortear a pesar de la incomodidad que le genera esta enfermedad.						Reel detrás de cámara - Fyer - fotos del capítulo.							
25		Fyer capítulo 17 - ANSIEDAD			FB - TW - IG														
						La Ansiedad es un mecanismo de acción que tiene el cerebro ante situaciones que cataloga como riesgosas. Pero cuando la ansiedad empieza a impedir hacer actividades es cuando inicia un trastorno de ansiedad, trastorno considerado una enfermedad neurológica, pues el cerebro genera una realidad que no existe, desarrollando miedos y dolores. En este capítulo por medio de la historia de Gisell...						Reel detrás de cámara - Fyer - fotos del capítulo.							

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Hoja 1

Explorar

PARRILLA DIGITAL .xlsx

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

90% 123 Predet... + B I Z A

131:K31

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
23		Fyer capítulo 15 - CÁNCER DE PIEL			FB - TW - IG														
						El cáncer de Piel aumenta en Colombia, de acuerdo con la Cuenta de Alto Costo, entre el 2 de enero de 2020 y el 1º de enero de 2021, se registraron 5.909 casos, es decir 503 nuevos y 441 fallecimientos, convirtiéndose en el octavo tipo de cáncer con mayor número de casos nuevos reportados en ambos sexos. La mortalidad asociada al melanoma también ha aumentado en Colombia desde el 2015, con un incremento del 30% en comparación con 2021. A nivel mundial, se diagnosticaron en el 2020 más de 18.000 casos nuevos de melanoma y se calcula que para el 2040, la detección será de 31.500 casos en el mundo.						Reel detrás de cámara - Fyer - fotos del capítulo.							
24		Fyer capítulo 16 - MIOPIA			FB - TW - IG														
						Cuando se observan objetos lejanos y no se logra enfocar con nitidez, es factible que nuestro sistema óptico tenga un defecto visual llamado MIOPIA. En este, las imágenes se forman antes de la retina. Estudios han identificado más de 40 genes productores de miopía y uno de los más importantes predictores es que los padres la sufran. Sin embargo, el incremento de casos en tan corto tiempo (últimas décadas); se considera como una verdadera epidemia y no se debe solo a la genética. En este capítulo contaremos la historia de Sebastián un joven de 17 años amante del fútbol al que la miopía le llegó a temprana edad pero que ha sabido sortear a pesar de la incomodidad que le genera esta enfermedad.						Reel detrás de cámara - Fyer - fotos del capítulo.							
25		Fyer capítulo 17 - ANSIEDAD			FB - TW - IG														
						La Ansiedad es un mecanismo de acción que tiene el cerebro ante situaciones que cataloga como riesgosas. Pero cuando la ansiedad empieza a impedir hacer actividades es cuando inicia un trastorno de ansiedad, trastorno considerado una enfermedad neurológica, pues el cerebro genera una realidad que no existe, desarrollando miedos y dolores. En este capítulo por medio de la historia de Gisell...						Reel detrás de cámara - Fyer - fotos del capítulo.							

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Hoja 1

Explorar

PARRILLA DIGITAL																		
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda																		
90% 123 Predet... + B I Z A																		
I31:K31																		
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
26	Flyer capítulo 18 - RESILIENCIA		FB - TW - IG		La resiliencia o entereza es la capacidad para adaptarse a las situaciones adversas con resultados positivos. En psicología, se dice que es la actitud que tiene una persona para superar circunstancias traumáticas como la muerte de un ser querido, un accidente, un hecho negativo que cambia drásticamente la vida de una persona y hace que se potencialice la felicidad. Hoy conocemos a dos personas a quienes en hechos traumáticos les cambió la vida y tuvieron que salir adelante, Johana Merco Castillo y Mario Andrés Piñeres, nos contarán su historia y que los llevo a buscar alternativas para pensar en su futuro.						Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo.							
27	Flyer capítulo 29 - DUCHENNE		FB - TW - IG		Distrofia muscular de Duchenne es un trastorno hereditario. Este implica debilidad muscular, la cual empeora rápidamente. Esta enfermedad se presenta en aproximadamente 1 de cada 3600 varones. Debido a que se trata de un trastorno hereditario, los riesgos incluyen antecedentes familiares de la distrofia muscular de Duchenne y es causada por un gen defectuoso, una proteína en los músculos. Sin embargo, a menudo se presenta en personas con familias sin antecedentes conocidos de esta afección. Los síntomas frecuentemente aparecen antes de los 6 años de edad. Pueden empezar incluso desde el período de la lactancia. La mayoría de los varones no muestran síntomas en los primeros años de vida.						Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo - Reel síntomas de Duchenne.							
					La vida es estresante, especialmente en la actualidad. Y para poder aceptar los cambios en el estilo de vida, hay personas que consideran lanzarse con la meditación o las clases de yoga. Dos prácticas que tienen sus diferencias. A pesar que pueden incorporar algunos de los mismos elementos, hay múltiples aspectos que diferencian una práctica de meditación y una de yoga. El yoga se ha hecho famoso como una						Reel detrás de cámara - Flyer -							

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

PARRILLA DIGITAL																			
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda																			
90% 123 Predet... + B I Z A																			
I31:K31																			
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	
28	Flyer capítulo 30 - YOGA Y MEDITACIÓN		FB - TW - IG		La vida es estresante, especialmente en la actualidad. Y para poder aceptar los cambios en el estilo de vida, hay personas que consideran lanzarse con la meditación o las clases de yoga. Dos prácticas que tienen sus diferencias. A pesar que pueden incorporar algunos de los mismos elementos, hay múltiples aspectos que diferencian una práctica de meditación y una de yoga. El yoga se ha hecho famoso como una clase de fitness, conocida por sus estiramientos profundos, el aumento de la flexibilidad y la construcción de fuerza. Pero en realidad, es una actividad ancestral practicada desde hace más de cinco mil años y basada en la filosofía india. La meditación se basa en trasladar el cuerpo y la mente a un estado de calma. Es decir no consiste en ejercicios físicos. Hoy conocemos mas de estas técnicas que tienen por objetivo ayudar al ser humano.						Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo - Reel beneficios del yoga.								
29	Flyer capítulo 31 - ACNÉ		FB - TW - IG		El acné es un trastorno de la piel que ocurre cuando los folículos pilosos se tapan con grasa y células muertas. Causa puntos blancos, puntos negros o granos. El acné es más común entre los adolescentes, aunque afecta a personas de todas las edades. Hay tratamientos eficaces, pero puede ser persistente. Los granos y erupciones cicatrizan lentamente, y cuando uno empieza a desaparecer, otros pueden aflorar. Según su gravedad, el acné puede causar sufrimiento emocional y dejar cicatrices en la piel. Cuanto antes inicie el tratamiento, menor será su riesgo de sufrir tales problemas.							Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo.							
					La robótica Se podría definir como una ciencia que aglutina varias disciplinas o ramas de la tecnología con el objetivo de diseñar máquinas programadas para realizar tareas de forma automática o para simular el comportamiento humano o animal. Tiene muchas aplicaciones diferentes en ámbitos y sectores diversos, estas														

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

PARRILLA DIGITAL **XLSX** Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

90% 123 Predet... 10 + B I Z A

131:K31 | fx

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
26		Flyer capítulo 16 - RESILIENCIA		FB - TW - IG		La resiliencia o entereza, es la capacidad para adaptarse a las situaciones adversas con resultados positivos. En psicología, se dice que es la aptitud que tiene una persona para superar circunstancias traumáticas como la muerte de un ser querido, un accidente, un hecho negativo que cambia drásticamente la vida de una persona y hace que se potencialice la felicidad. Hoy conocemos a los personas a quienes un hecho traumático les cambió la vida y tuvieron que salir adelante, Johana Menco Castillo y Marco Andrés Pifarras, nos cuentan su historia y que los llevo a buscar alternativas para pensar en su futuro.						Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo.							
27		Flyer capítulo 29 - DUCHENNE		FB - TW - IG		Distrofia muscular de Duchenne es un trastorno hereditario. Este implica debilidad muscular, la cual empeora rápidamente. Esta enfermedad se presenta en aproximadamente 1 de cada 3500 varones. Debido a que se trata de un trastorno hereditario, los riesgos incluyen antecedentes familiares de la distrofia muscular de Duchenne y es causada por un gen defectuoso, una proteína en los músculos. Sin embargo, a menudo se presenta en personas con familias sin antecedentes conocidos de esta afección. Los síntomas frecuentemente aparecen antes de los 6 años de edad. Pueden empezar incluso desde el período de la lactancia. La mayoría de los varones no muestran síntomas en los primeros años de vida.						Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo - Reel síntomas de Duchenne.							
						La vida es estresante, especialmente en la actualidad. Y para poder aceptar los cambios en el estilo de vida, hay personas que consideran lanzarse con la meditación o las clases de yoga. Dos prácticas que tienen sus diferencias. A pesar que pueden incorporar algunos de los mismos elementos, hay múltiples aspectos que diferencian una práctica de meditación y una de yoga. El yoga se ha hecho famoso como una						Reel detrás de cámara - Flyer -							

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Hoja 1 Explor

PARRILLA DIGITAL **XLSX** Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

90% 123 Predet... 10 + B I Z A

131:K31 | fx

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
28		Flyer capítulo 30 - YOGA Y MEDITACIÓN		FB - TW - IG		La vida es estresante, especialmente en la actualidad. Y para poder aceptar los cambios en el estilo de vida, hay personas que consideran lanzarse con la meditación o las clases de yoga. Dos prácticas que tienen sus diferencias. A pesar que pueden incorporar algunos de los mismos elementos, hay múltiples aspectos que diferencian una práctica de meditación y una de yoga. El yoga se ha hecho famoso como una clase de fitness, conocida por sus estiramientos profundos, el aumento de la flexibilidad y la construcción de fuerza. Pero en realidad, es una actividad ancestral practicada desde hace más de cinco mil años y basada en la filosofía india. La meditación se basa en trasladar el cuerpo y la mente a un estado de calma. Es decir no consiste en ejercicios físicos. Hoy conocemos mas de estas técnicas que tienen por objetivo ayudar al ser humano.						Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo - Reel beneficios del yoga							
29		Flyer capítulo 31 - ACNÉ		FB - TW - IG		El acné es un trastorno de la piel que ocurre cuando los folículos pilosos se tapan con grasa y células muertas. Causa puntos blancos, puntos negros o granos. El acné es más común entre los adolescentes, aunque afecta a personas de todas las edades. Hay tratamientos eficaces, pero puede ser persistente. Los granos y erupciones cicatrizan lentamente, y cuando uno empieza a desaparecer, otros parecen aflorar. Según su gravedad, el acné puede causar sufrimiento emocional y dejar cicatrices en la piel. Cuanto antes inicie el tratamiento, menor será su riesgo de sufrir tales problemas.							Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo.						
						La robótica Se podría definir como una ciencia que aglutina varias disciplinas o ramas de la tecnología con el objetivo de diseñar máquinas programadas para realizar tareas de forma automática o para simular el comportamiento humano o animal. Tiene muchas aplicaciones diferentes en ámbitos y sectores diversos, estas													

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Hoja 1 Explor

PARRILLA DIGITAL .xlsx

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

10

131:K31

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S				
30	Flyer capítulo 32 - ROBÓTICA			FB - TW - IG		<p>La robótica se podría definir como una ciencia que aglutina varias disciplinas o ramas de la tecnología con el objetivo de diseñar máquinas programadas para realizar tareas de forma automática o para simular el comportamiento humano o animal. Tiene muchas aplicaciones diferentes en ámbitos y sectores diversos, estas pueden resumirse en tres grandes usos: industrial, de servicios y social. Los robots industriales son los que podemos encontrar en muchas fábricas de automoción y de manufactura, esta permitiendo que las fábricas sean más eficientes y puedan producir en mayor cantidad y mejor calidad. Los robots están siendo cada vez más utilizados para tareas peligrosas o repetitivas, lo que permite a los trabajadores humanos concentrarse en otras tareas más creativas. Las máquinas ayudan a automatizar procesos y minimizar el margen de error, así como a aumentar la organización, pero esto no significa que puedan sustituir la mano de obra humana.</p>			Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo.														
31	Flyer capítulo 33 - NUEVAS ECONOMÍAS			FB - TW - IG		<p>Los negocios verdes hacen referencia a la utilización ecológica de la economía para el crecimiento comercial de las regiones, a través del cuidado del ecosistema. Por eso, en este capítulo conoceremos la historia de Sumidero: Empresas de base tecnológica con 20 años de experiencia en innovación y desarrollo de productos de higiene y desinfección, así como productos elaborados con materias primas vegetales, amigables con la salud y el medio ambiente.</p>			Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo.														

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Explor

PARRILLA DIGITAL .xlsx

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

10

131:K31

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S			
32	Flyer capítulo 34 - ECONOMÍA DEL ARTE			FB - TW - IG		<p>Santander es un departamento creativo, "echado para adelante". Las cifras registradas ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor muestran que el talento santanderano no se detiene y nos catapultó como uno de los más creativos de Colombia. Autores y artistas de la región, dan "rienda suelta" a su imaginación para crear todo tipo de obras: literarias, musicales, audiovisuales, videojuegos, pinturas, esculturas, apps, guiones para cine y televisión, fotografías, ilustraciones, entre muchas otras. Pero por qué es importante el arte en una sociedad, cuál es el papel de las diferentes manifestaciones artísticas y culturales y cómo se mueve económicamente este sector...</p>			Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo.													
33	Flyer capítulo 35 - DONACIÓN DE SANGRE			FB - TW - IG		<p>La donación de sangre total es la extracción de sangre con todos sus componentes, es un procedimiento seguro y sencillo que tarda aproximadamente 30 minutos en el cual el proceso de extracción es de 7 a 8 minutos. El volumen que se extrae es de 450 ml de sangre, en este capítulo conoceremos la importancia de la donación de sangre y cómo este acto le salvó la vida a Karica Chalón una reconocida periodista.</p>			Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo - Reel cinco beneficios de donar sangre.													
34	Flyer capítulo 36 - ECONOMÍA FÚTBOLERA			FB - TW - IG		<p>Alguna vez te has preguntado cuántos tipos de turismo existen? Sabemos que viajar nos lleva a experimentar, conocer y descubrir vivencias únicas que enriquecen nuestro ser desde todo punto de vista. Hay un tipo de turismo que está relacionado con el deporte rey, el fútbol y que con el paso de tiempo se vuelve más y más popular. Bucaramanga conocida por ser la capital de Santander, donde las principales actividades económicas van desde la minería y la confección, hasta el sector avícola y agropecuario. Esta diversificación permite mantener la estabilidad de la región, la cual se ve beneficiada también por su ubicación estratégica para el desarrollo del turismo de aventura y</p>			Reel detrás de cámara - Flyer - fotos del capítulo.													

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Explor

Apéndice K. Evidencias revisión de capítulos editados.

Apéndice L. Consentimiento informado

Bucaramanga, fecha

Apreciado
Funcionario del canal TRO

Mi nombre es Eliana Margarita Pérez León y soy estudiante del programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander. Como parte de mis estudios, estoy desarrollando un proyecto denominado “Crear contenido periodístico para apoyar el proyecto “Vida + Vida” del canal regional del oriente colombiano”. Quiero invitarla(o) a participar en este proyecto, que permitirá Elaborar contenido de tipo periodístico para el programa Vida + Vida. Este proyecto fue avalado por mi institución de educación superior y el canal TRO y tiene una finalidad académica.

Si usted acepta participar, le pediré que me permita entrevistarle. La entrevista tendrá una duración aproximada de 15 minutos y le haré preguntas sobre la producción del canal y aspectos relacionados.

Su participación en esta investigación no tiene ninguna recompensa material o económica y usted es libre de no participar o de retirarse cuando lo desee. Sus opiniones y aportes a esta investigación se usarán exclusivamente para este proyecto y se archivarán de manera segura. Si usted me autoriza, grabaré y transcribiré la entrevista y, si lo desea, puedo hacerle llegar copia de la transcripción para que usted pueda revisarla y corregirla si lo considera necesario. Si usted lo prefiere, su nombre no aparecerá en mi trabajo de grado / publicación. Mi trabajo de grado quedará a disposición del público en la biblioteca de la Universidad.

Estoy muy agradecido de que me haya permitido explicarle este proyecto. Si tiene alguna inquietud adicional puede preguntarme.

Gracias,

Cordialmente,

Eliana Margarita Pérez León

Si está de acuerdo en participar en este proyecto por favor escriba SI o NO con su puño y letra en cada una de las casillas y escriba su nombre y datos de contacto

- Acepto participar de manera libre y voluntaria en este proyecto y entiendo que no recibiré recompensa material o económica y que puedo retirarme cuando lo desee
- Autorizo a que el trabajo de grado / las publicaciones derivadas de esta investigación incluyan fotografías del grupo focal en las que yo aparezco
- Autorizo a que grabe la entrevista y tome apuntes durante la misma
- Solicito que me haga llegar copia de la transcripción de mi entrevista
- Solicito que no revele mi nombre y si mis opiniones son citadas solicito que se haga de manera anónima
- Autorizo que mi nombre aparezca en el trabajo de grado o las publicaciones resultantes para mencionar que participé en esta investigación o cuando mis opiniones sean citadas
- Solicito que me haga llegar copia del trabajo de grado o de las publicaciones que se deriven de esta investigación

Firma del participan

