

| | | | | |
|---|---|-----------------|--------------|-----------------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | <u>Documento</u> | <u>Código</u> | <u>Fecha</u> | <u>Revisión</u> |
| | FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 10-04-2012 | A |
| | <u>Dependencia</u> | <u>Aprobado</u> | | <u>Pág.</u> |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADEMICO | | 1(68) | |

RESUMEN - TESIS DE GRADO

| | |
|--------------------|--|
| AUTORES | WÍLDER EDUARDO CARRASCAL PADILLA |
| FACULTAD | DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES |
| PLAN DE ESTUDIOS | COMUNICACIÓN SOCIAL |
| DIRECTOR | YENY PAOLA PALACIO ÁLVAREZ |
| TÍTULO DE LA TESIS | PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL DE LA ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER |

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

El trabajo “PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL DE LA ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER”, permite crear una estrategia comunicativa audiovisual que ayuda a la identificación organizacional de la empresa, obteniendo un mayor conocimiento por parte del público Interno y Externo.

El documento contiene el planteamiento y desarrollo de una serie de actividades que facilitan el clima organizacional y conocimiento de la empresa, así mismo abre una proyección positiva de la organización.

CARACTERÍSTICAS

| | | | |
|-------------|---------|------------------|-----------|
| PÁGINAS: 68 | PLANOS: | ILUSTRACIONES: 1 | CD-ROM: 1 |
|-------------|---------|------------------|-----------|



**PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL DE LA
ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE
OCAÑA NORTE DE SANTANDER**

WÍLDER EDUARDO CARRASCAL PADILLA

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

**PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL DE LA
ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE
OCAÑA NORTE DE SANTANDER**

WÍLDER EDUARDO CARRASCAL PADILLA

Informe final modalidad pasantías para optar el título de Comunicador Social

**Directora
YENY PAOLA PALACIO ÁLVAREZ
Comunicadora Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

| | Pág. |
|---|------|
| <u>INTRODUCCIÓN</u> | 12 |
| <u>1. PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL DE LA ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER</u> | 13 |
| 1.1 <u>DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</u> | 13 |
| 1.1.1 Misión | 14 |
| 1.1.2 Visión | 14 |
| 1.1.3 Objetivos de la empresa | 14 |
| 1.1.4 Descripción de la estructura organizacional | 15 |
| 1.1.5 Descripción de la dependencia. | 16 |
| 1.2 <u>DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA</u> | 16 |
| 1.3 <u>OBJETIVOS</u> | 17 |
| 1.3.1 General | 17 |
| 1.3.2 Específicos | 17 |
| 1.4 <u>DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES</u> | 17 |
| 2. <u>ENFOQUE REFERENCIAL</u> | 19 |
| 2.1 <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u> | 19 |
| 2.2 <u>ENFOQUE LEGAL</u> | 27 |
| 3. <u>INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u> | 30 |
| 3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u> | 30 |
| 4. <u>DIAGNOSTICO FINAL</u> | 59 |
| 5. <u>CONCLUSIONES</u> | 60 |
| 6. <u>RECOMENDACIONES</u> | 61 |
| <u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u> | 62 |
| <u>ANEXOS</u> | 63 |

LISTA DE TABLAS

| | Pág. |
|---------------------------------|------|
| Tabla 1. Guion Técnico | 32 |
| Tabla 2. Guion Literario | 35 |
| Tabla 3. Script | 51 |
| Tabla 4. Pietaje | 53 |

LISTA DE FIGURAS

| | Pág. |
|---|------|
| Figura 1. Organigrama Asucap San Jorge | 15 |

LISTA DE CUADROS

| | Pág. |
|------------------------------|------|
| Cuadro 1. Matriz DOFA | 16 |
| Cuadro 2. Story Board | 37 |

LISTA DE ANEXOS

| | Pág. |
|---|------|
| Anexo A. Video Institucional | 64 |
| Anexo B. Fotografías de actividades anexas | 65 |

RESUMEN

El trabajo “PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL DE LA ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER”, permite crear una estrategia comunicativa audiovisual que ayuda a la identificación organizacional de la empresa, obteniendo un mayor conocimiento por parte del público Interno y Externo.

El documento contiene el planteamiento y desarrollo de una serie de actividades que facilitan el clima organizacional y conocimiento de la empresa, así mismo abre una proyección positiva de la organización.

Con el diagnóstico inicial se crean las diferentes estrategias comunicativas y de producción para la realización de la pieza audiovisual “Video Institucional Testimonial”, ofreciendo la solución a una problemática que la organización tenía.

INTRODUCCION

La realización de un video institucional en una empresa ayuda al mejoramiento corporativo y a tener una mejor imagen frente al público interno y externo. En el presente informe se establece el procedimiento para la producción de una pieza audiovisual como lo es preproducción, producción y postproducción.

En el informe observamos el proceso detallado de la realización del video institucional testimonial de Asucap San Jorge, logrando un excelente material que será transmitido por el canal comunitario TV San Jorge formándose como parte integral y representativa de la organización.

La Preproducción, Producción y Postproducción fueron pasos importantes a la hora de llevar a cabo el proceso de la pieza audiovisual, logrando para la empresa una pieza importante en la identificación corporativa.

En el informe también podemos observar la categorización de los videos institucionales y de manera específica el TESTIMONIAL, obteniendo con este una mejor veracidad y credibilidad de los clientes internos y externos de la organización. Todas estas características dieron como finalidad el VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL DE LA ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER.

1. PRODUCCIÓN DE UN VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL DE LA ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA ANTENA PARABÓLICA SAN JORGE DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Ocaña no fue indiferente al revolucionario movimiento de las comunicaciones, desarrollando su tesis de grado exigida por la Universidad Industrial de Santander, los ingenieros electricistas Ciro Rodríguez y Raúl Rochels experimentaron en la Villa de Caro la puesta en operación de una antena parabólica que le diera a la ciudadanía recreación y esparcimiento a través de la televisión local, regional, nacional e internacional.

Ejecutado el proyecto, los dos ingenieros ofrecieron la idea y propusieron el proyecto a un grupo de dirigentes comunales que residían en los barrios Ciudad Jardín, Las Villas, El Lago, Buenos Aires, Primero de Mayo y La Primavera.

Para tal efecto, en principio mediante Asamblea General de socios fundadores, se creó la Asociación de Usuarios Comunitarios de la Antena Parabólica San Jorge, “ASUCAP SAN JORGE” y se consiguió la personería jurídica.

Obtenido el soporte jurídico, la firma Ingepec Limitada concedió mediante documento escrito la administración del sistema parabólico a la comunidad organizada de ASUCAP SAN JORGE.

El barrio Ciudad Jardín sirvió como la primera casa de ASUCAP SAN JORGE, incluso el grupo de fundadores, de su propio bolsillo; hizo aportes individuales para cancelar los primeros gastos.

Para entonces, ASUCAP SAN JORGE comenzó la distribución de señales internacionales de gran prestancia como los canales Cinemax, Cartoon Network, Tv Azteca, Canal de las Américas, etc. El número de asociados fue creciendo y paralelamente se adquirieron mayores y potentes equipos.

Hay algo muy importante en la retina de quienes iniciaron todo este proceso de ASUCAP SAN JORGE: el nivel de impacto que tuvo en la población usuaria observar la televisión internacional con nitidez y gran variedad. Un impacto que se vislumbra aún con mucha claridad.

La Asociación adquirió independencia total de la concesión hecha inicialmente por los ingenieros Rodríguez y Rochels y procedió a multiplicarse en el tiempo y obligada a la ampliación de las condiciones técnicas y atención al público.

Un paso en firme para el sistema de televisión comunitaria fue la de consolidarse jurídicamente, el 31 de agosto de 1991, fecha precisamente que guarda especial recordación por la legalización del sistema en el orden nacional.

La primera Junta Directiva en cabeza de Miguel Roberto Moros Muñoz, decidió invertir en el sostenimiento del proyecto, adquisición de antenas y luego nuevos dirigentes en la construcción de la sede propia en el barrio Buenos Aires.

El curso de esta génesis de ASUCAP TV SAN JORGE, cosechó principalmente la pertinencia del proyecto y la pertenencia de los asociados.

El modelo sólido y democrático con que se llevó el proceso inicialmente sirvió para que antes de finalizar la década de los noventa, ya se contara con línea 500, canal propio de televisión, ampliación de la sede y de los estudios, página web y una fuente permanente de generación de empleo.

En la actualidad ASUCAP TV SAN JORGE, cuenta con más de catorce mil asociados que creyendo en ésta gran empresa comunitaria, disfrutan diariamente en sus hogares de 80 canales variados de televisión nacional e internacional, dos emisoras, la programación de producción propia de Tv San Jorge y los eventos que a favor del desarrollo de la ciudad se organizan.

Así mismo tras cinco años de continua deliberación, estudios de factibilidad, consultas y diligenciar trámites de orden técnico y jurídico, nace ASUCAP SAN JORGE ON LINE, destinado a suministrar el servicio de acceso a internet a los asociados.

La Asociación posibilita con este nuevo y último servicio, acceder fácilmente a las múltiples herramientas de Internet de una manera ágil, segura y a bajo costo. Es otra gran realidad, Internet Social, que como el servicio de televisión, se extenderá y fortalecerá en el tiempo y en todo el territorio del municipio de Ocaña.¹

1.1.1. Misión. Prestar un servicio de excelencia en cuanto a provisión de señal y producción de televisión e internet utilizando tecnología de punta y personal idóneo; así como, satisfacer las necesidades sociales, culturales y ambientales de los asociados.

1.1.2. Visión. Ser en el 2017 una empresa asociativa de telecomunicaciones, líder, competitiva y reconocida por proveer señales análoga y digital de televisión, además de producción propia de alta calidad a través del canal comunitario e internet a sus asociados. De igual forma, fortalecer la estructura organizacional con el fin de consolidarse en una empresa autónoma, solidaria y comprometida con el desarrollo de la región en el campo de las nuevas tecnologías, la información y las comunicaciones.²

1.1.3. Objetivos de la Empresa. Fomentar y estimular la participación de la comunidad en aspectos culturales, laborales, deportivos y recreativos, con el fin de ser medio eficaz de comunicación en el cual se puedan concentrar aspectos de interés común.

¹ Historia de Asucap [on line] disponible en internet en: <http://www.tvsanjorge.com/asucap/historia/>

² Misión y Visión de Asucap [on line] disponible en internet en: <http://www.tvsanjorge.com/asucap/mision-y-vision/>

Ser reconocida como la mejor empresa en Ocaña en cuanto a compromiso empresarial, responsabilidad social, apropiación de tecnología, eficiencia y eficacia en la prestación de sus servicios.

Garantizar el crecimiento y sostenimiento de la empresa mediante el suministro de publicidad para el sector comercial de Ocaña.

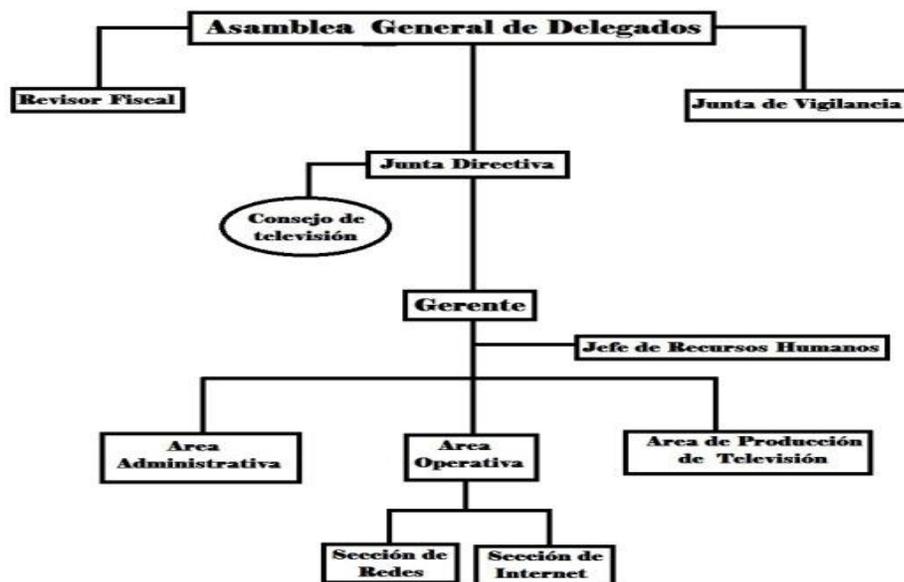
Incentivar el desarrollo económico, comercial y cultural a través de espacios para la industria y el comercio regional, mediante la difusión de sus estrategias comerciales y esfuerzos de mercadeo.

Desarrollar contenidos y programación a partir de la opinión de los televidentes para alcanzar los niveles de raiting requeridos.

Generar un clima laboral basado en el buen servicio donde el bienestar y el valor del talento humano que nos permita lograr las metas propuestas por la empresa.

1.1.4. Descripción de la estructura organizacional. La estructura organizacional de la Asociación de Usuarios de la Antena Parabólica San Jorge, es dirigido por una asamblea general de delegados, al igual tiene una división empresarial donde encontramos; Área administrativa, Área operativa y Área de producción de televisión.

Figura 1. Organigrama Asucap San Jorge



Fuente: www.tvsanjorge.com Organigrama de Asucap [on line] disponible en internet en: <http://www.tvsanjorge.com/asucap/organigrama/>

1.1.5. Canal Comunitario TV San Jorge. El canal comunitario TV San Jorge, es un canal con ética y objetividad a la hora de informar, educar y entretener a la comunidad ocañera por más de 15 años, cuenta con una gran variedad de profesionales dándole protagonismo en el proceso de comunicar en la ciudad de Ocaña.

El proceso evolutivo y el posicionamiento en la televisión comunitaria, ha sido alcanzado por TV San Jorge en los diversos reconocimientos que ha obtenido en la industria de la televisión. Una producción de más de 13 años de historia siendo pieza clave para el desarrollo y la formación de los ocañeros le han otorgado 11 premios a lo mejor de la televisión en Colombia, cuenta con más de 30 canales y una producción propia de televisión entre ellos 2 programas en vivo como lo son MAGAZIN SALA 20 y EL INFORMATIVO.

1.2. DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA

Cuadro 1. Matriz DOFA

| | | FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|--|--|
| | | <ol style="list-style-type: none"> 1. El canal cuenta con excelente recurso humano y técnico. 2. La cobertura y reconocimiento que tiene el canal a nivel local y regional. | <ol style="list-style-type: none"> 1. La empresa no cuenta con un material audiovisual para mostrar en las diferentes actividades. 2. Falta de conocimiento de la empresa por parte de los socios y delegados. |
| OPORTUNIDADES | ESTRATEGIAS FO | ESTRATEGIAS DO | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocimiento del canal en la comunidad a nivel Nacional 2. Desarrollo de estrategias corporativas de proyección social de Asucap San Jorge | <ol style="list-style-type: none"> 1. Continuar con el proceso de proyección de la empresa. 2. Mejorar los contenidos audiovisuales. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar el personal profesional del área de la comunicación, para que valoren de las piezas corporativas. 2. Socializar al público interno sobre las herramientas organizaciones de la empresa. | |
| AMENAZAS | ESTRATEGIAS FA | ESTRATEGIAS DA | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Insuficiencia en la proyección corporativa en eventos y reuniones sociales 2. Falta de sentido de pertenencia de los empleados por la empresa. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Controlar y manejar la presentación de imagen corporativa en los diferentes escenarios. 2. Organizar reuniones corporativas donde se dé a conocer herramientas organizacionales en la empresa. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo y asesoría a los editores en la realización de piezas audiovisuales. 2. Realizar campañas de socialización y amor por la empresa para los empleados. | |

1.3 OBJETIVO

1.3.1 Objetivo General. Producir un video institucional testimonial de la Asociación de Usuarios de la Antena Parabólica San Jorge de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2 Objetivos Específicos. Realizar la preproducción del video institucional testimonial de Asucap San Jorge.

Elaborar la producción del video institucional testimonial de Asucap San Jorge.

Socializar la Postproducción del video institucional testimonial de Asucap San Jorge.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES.

| Objetivo General | Objetivos Específicos | Actividades |
|---|---|---|
| Producir un video institucional testimonial de la Asociación de Usuarios de la Antena Parabólica San Jorge de Ocaña Norte de Santander. | Realizar la preproducción del video institucional testimonial de Asucap San Jorge | Realizar la investigación para el video institucional. Recopilar imágenes de archivo que sean necesarios para la pieza audiovisual. |
| Producir un video institucional testimonial de la Asociación de Usuarios de la Antena Parabólica San Jorge de Ocaña Norte de Santander. | Realizar la preproducción del video institucional testimonial de Asucap San Jorge | Organizar el cliente interno para la realización de las imágenes a obtener en el video. Elaborar el guion técnico con información recopilada. Elaborar el guion literario Diseñar el Story Board |
| Producir un video institucional testimonial de la Asociación de Usuarios de la Antena Parabólica San Jorge de Ocaña Norte de Santander. | Elaborar la producción del video institucional testimonial de Asucap San Jorge | Operar las grabaciones con el cliente interno y externo |

Elaborar el Script en la producción del video institucional.

Asesorar la línea de edición para que los editores lleven a cabo el montaje del video institucional.

Objetivo General

Objetivos Específicos

Actividades

Producir un video institucional testimonial de la Asociación de Usuarios de la Antena Parabólica San Jorge de Ocaña Norte de Santander.

Socializar la Postproducción del video institucional testimonial de Asucap San Jorge.

Diseñar las tarjetas de invitación para el cliente interno al lanzamiento del video.

Organizar todo lo referente a la logística del lanzamiento de la pieza audiovisual.

Programar la transmisión del video en la parrilla de programación del canal comunitario Tv San Jorge.

2. ENFOQUE REFERENCIAL

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

Preproducción. Es la etapa previa a la realización del programa, desde la concepción de la idea hasta antes de la grabación. Abarca una serie de actividades que van desde la definición del tema, objetivos y contenidos del programa; género, formato, duración y público al que va dirigido; investigación, diseño de la producción (ambientación, escenografía, talentos, etcétera).

El trabajo de preproducción es fundamental para asegurar las condiciones óptimas de realización de todo proyecto audiovisual, en este caso de televisión. Al final de esta primera etapa se tiene ya el guión para televisión, así como el Breakdown. El guión constituye el plan fundamental sobre el cual se construye el programa de televisión, es, por lo tanto, un elemento básico para la organización y la planeación de la producción. El guión nos permite conocer la estructura narrativa del programa, el ritmo y el manejo de los tiempos; los requerimientos técnicos, humanos, logísticos, materiales, financieros y otros apoyos necesarios para la producción. El breakdown, por su parte, nos facilita el trabajo de planeación y organización de la producción.

Existen diferentes tipos de guiones para televisión, cuyo formato dependerá del tipo de programa a producir. Uno de los formatos más usuales, para nuestro caso, enfocado a programas de carácter periodístico, revista informativa y de opinión, es el que se propone a continuación por su sencillez, efectividad y fácil manejo, tanto al escribirlo como durante la realización del programa, también conocido como guía de continuidad o Escaleta.

El Breakdown u Hoja de desglose, se deriva del guión. Consiste en un formato en el que se describen las acciones necesarias a cubrir durante el proceso de planeación, previo a la realización del programa, de una manera organizada, y que permitirá llegar con los menores sobresaltos al momento de la producción. Sirve, tanto para definir los requerimientos materiales (props o accesorios), apoyos videográficos (videos de entrevistas, reportajes, sondeos, imágenes en movimiento, gráficos, etc.) y logísticos (tramitología, coordinación de invitados, agenda calendarizada de tareas, etc.) que contribuirán para que todo esté listo al momento de realizar el programa, ya sea que se transmita en vivo o se grabe. Es, en suma, un cronograma o programa calendarizado de actividades previas en apoyo a la producción sobre el cómo y con qué se hará el programa; quienes intervienen y qué tareas desempeñan.

Producción. Esta etapa se distingue, entre otras cosas, porque es cuando la cámara y otros equipos técnicos entran en acción. Conviene distinguir, no obstante, dos acepciones de lo que se conoce como etapa de producción:

Producción de video de apoyo. Consiste en el levantamiento de imagen y sonido con cámara portátil (entrevistas, reportajes, cápsulas, crónicas, sondeos, imágenes ilustrativas, etcétera) en locaciones fuera del estudio de televisión. Estos materiales de apoyo,

debidamente editados, serán utilizados cuando se realice el programa completo en el estudio.

La producción, propiamente dicha o realización del programa de televisión, de principio a fin, mediante el sistema de “multicámaras”. La producción de un programa de televisión puede realizarse en exterior (locación), como es el caso de competencias deportivas, desfiles, conciertos y otros. Eventos especiales o en estudio de televisión, como la mayoría de los programas periodísticos, informativos, de variedades y foros de análisis, entre otros.

Por cuestiones didáctico-pedagógicas y de presupuesto, las producciones televisivas de los estudiantes de este Centro Universitario, con sistema de multicámaras, se realizan exclusivamente en el foro del Laboratorio de televisión.

La etapa de Producción o realización tiene como base el guión o escaleta. En esta etapa interviene y participa todo el personal técnico o staff de producción así como el elenco e invitados, dirigidos todos ellos por el realizador del programa. Es durante esta etapa cuando se emplean la mayor parte de los equipos técnicos e instalaciones con que cuenta el Laboratorio de Televisión, tanto del foro (cámaras de estudio, micrófonos, iluminación) como de la sala de control maestro o Máster (switcher, monitores, consola de audio, etc.)

El producto que se obtiene en esta etapa puede ser, o bien el programa completo en su versión final y definitiva (sea que se transmita en vivo o se grabe), o bien segmentos grabados en estudio, mismos que luego en postproducción se unirán a los materiales videográficos previamente realizados, definidos como “apoyos a la producción” (reportajes, entrevistas, sondeos, etc.), así como la inserción de gráficos, subtítulos, créditos, efectos especiales de video y audio, música y otros elementos que constituyen el trabajo de edición al que se refiere la tercera etapa.

Postproducción. Es la etapa decisiva, pues implica la manera cómo va a quedar el programa o producto final. Comprende la edición de video y audio, los efectos digitales, musicalización, voz en off, sub títulos, etcétera.

Dependiendo del tipo de programa o producción, serán las variantes que se seguirán en el proceso de la post-producción

Postproducción en vivo

Edición del programa grabado

Edición de materiales de apoyo

La postproducción en vivo. Aunque esta expresión no es muy usual en el medio televisivo, hace referencia al proceso más importante, complejo y decisivo al momento de grabar o transmitir en vivo un programa de televisión. Esto se debe a que exige, de parte de todo el staff, conocimientos, destrezas y habilidades en cuanto al dominio en el manejo de los equipos del foro y máster, pero sobre todo, implica un alto sentido de la narrativa audiovisual, la progresión el ritmo y demás elementos que van creando, en tiempo real, el producto televisivo. El trabajo de todos se realiza simultáneamente al desarrollo de las

acciones que se generan tanto en el foro como cuando provienen desde la VTR o la computadora del máster. Esto implica contar ya con los apoyos gráficos y videográficos que se utilizarán en los diferentes segmentos o secciones del programa (reportajes, entrevistas, fotografías, cortinillas, música, entre otros), mismos que se “correrán” en el momento en que el director lo indique, con base al guión o escaleta respectivo.

Quien se encarga de la postproducción en vivo debe poseer una gran capacidad de concentración y de toma de decisiones rápidas, además de un claro sentido de la narrativa audiovisual, pues su trabajo se traduce en edición en tiempo real, sin lugar para correcciones o enmendar errores cuando se transmite en vivo.

Edición de un programa grabado. Se trata de un trabajo de edición que se hace sobre el material videográfico de un programa previamente grabado y cuya transmisión, por lo tanto, no será “en vivo”, sino posterior. Por lo general se trata de insertos, super’s, subtítulos y/o correcciones de video y audio, antes de su emisión final.

Edición de materiales de apoyo. Consiste en el trabajo de postproducción, propiamente dicho, mediante el cual se diseñan gráficos, subtítulo, animaciones, edición de video y audio. Edición de vestimentas, cortinillas, cápsulas, reportajes, entrevistas, sondeos y testimoniales y otros materiales videográficos que se utilizarán durante la producción del programa en vivo.³

Video corporativo. Un vídeo corporativo es una atractiva y amena forma audiovisual de presentar la filosofía corporativa de una empresa y la aplicación de ésta en la práctica del mercado, destacando la capacidad y los valores positivos más importantes que marcan la diferencia de la compañía con respecto a la competencia más próxima. Se trata de la pieza de comunicación social y empresarial más impactante que puede tener una institución o empresa, ya que combina el poder de la música y la palabra hablada en sincronía con las imágenes en movimiento, fotografías y títulos.

El objetivo principal de un vídeo corporativo es influir sobre las decisiones de los clientes, proveedores o posibles inversionistas potenciales que puedan contribuir en el desarrollo de la empresa. También es una buena herramienta para la inducción o capacitación del personal de nuevo ingreso, y para las acciones de relaciones públicas. En todo caso, siempre será necesario profundizar en el tipo de público a quien va dirigido el vídeo corporativo para que el resultado final cumpla los objetivos marcados.

En el vídeo corporativo se presentan la imagen global, los objetivos y la actividad principal que la compañía desarrolla, así como su tecnología, su historia, y sus proyectos futuros, además de mostrar quienes integran la empresa. Por ello, un vídeo corporativo es la herramienta de marketing perfecta y una memoria de los mejores momentos, que puede utilizarse en el futuro como excelente referencia de trabajo realizado.

Producción de televisión [on line] disponible en internet en:³
<http://www.cuci.udg.mx/sites/default/files/Manual%20de%20television.pdf>

A continuación le ofrecemos una clasificación básica de vídeos corporativos. Si usted está pensando en realizar un vídeo para su empresa, puede ver aquí qué tipo de vídeo se adapta mejor a sus necesidades. Tenga en cuenta que ninguna clasificación es cerrada y que, en la práctica real, elementos de diferentes tipos de vídeos pueden converger en uno sólo para poder crear el audiovisual que usted necesita.

Tipos de vídeos corporativos:

Vídeos de imagen

Son los vídeos que cuentan de una manera breve y sencilla cómo es su empresa y cuáles son sus actividades y sus puntos fuertes.

Vídeos de procesos

Si su empresa ofrece un productos o servicios muy concretos, quizá le interese contar en qué consisten paso a paso. Estos vídeos de procesos permiten resumir muy bien y contar claramente a sus clientes o las personas a las que va dirigido el vídeo cómo es el producto o servicio que presentan.

Vídeos testimoniales. Son los vídeos en los que el personal de la empresa o sus clientes hablan sobre todas las virtudes que según su opinión tiene el producto o servicio. Estos vídeos hacen una labor de información muy interesante. Si le damos la palabra a los clientes y son ellos los que hablan bien de la empresa, aparecerán como opinadores imparciales y desinteresados, y el vídeo corporativo cobrará mucha mayor prestancia.

Vídeos de formación. Son aquéllos en los que se muestra cómo es un producto o servicio, en qué consisten y cómo se hacen los procesos. Estos vídeos enseñan cómo utilizar ciertos instrumentos necesarios en cualquier tipo de proceso productivo y son muy útiles para capacitar al personal de la empresa.

Vídeos publicitarios. Son los vídeos en los que se vende el producto o servicio de una forma corta y muy atractiva, al estilo de un anuncio como los que vemos en televisión.⁴

Televisión Comunitaria. Las Televisoras comunitarias, a diferencia de las comerciales, son medios que fomentan la participación de la comunidad, es por esto que su programación va dirigida a estimular la inteligencia del público, no para adormecerla. Igualmente estos medios deben estar preparados para innovar y desarrollar espacios televisivos que no sean una réplica de los modelos de televisión comercial ya que a diferencia de las comunitarias estas no ofrecen alternativas al televidente sino por el contrario, se constituye en una red única con una visión unilateral del mundo, con contenidos uniformados, 24 horas al día.

Video Corporativo [on line] disponible en internet en:

⁴ http://www.medioclub.com.mx/Videos_Corporativos_Toluca.html

La televisión comunitaria busca contribuir a la construcción de la ciudadanía en consonancia al nuevo proyecto de país plasmado en la Constitución, promoviendo la auto-aceptación de los sectores populares y reforzando los valores y la identidad cultural, local, regional y nacional. También busca la promoción y divulgación de la iniciativa popular, pero con historias contadas por la misma comunidad.⁵

Imagen corporativa. Constituye la base fundamental de la creación de la estructura corporativa y desarrollo gráfico de marca. Nos ayudará a plasmar gráficamente la personalidad, el carácter y el estilo marcado de la organización. Podemos distinguir 2 ámbitos de proyección:

Interno a la compañía: constituye uno de los elementos básicos en la cultura de empresa.

Externo a la compañía: le permitirá posicionarse en el mercado, en los diferentes ámbitos de actuación y entre sus propios públicos objetivos.

La normativa corporativa que se desprenda permitirá a MTG disponer de un estilo de comunicación propio, que nos marcará su posicionamiento de una manera práctica, efectiva y armoniosa.

Se convertirá en el “patrón corporativo” a seguir para que, desde cualquier entorno de colaboración, se mantenga el mismo criterio en la creación y desarrollo de la comunicación de MTG.⁶

Audiovisual. Medios audiovisuales. Podemos definir los medios audiovisuales como los medios técnicos de representación que permiten ampliar las capacidades propias de los sentidos de la vista y el oído. Amplían estos sentidos en sus dimensiones espacial y temporal.

Los medios audiovisuales representan la realidad a partir de referentes de luz y sonido, creando un "mundo audiovisual" que modifica la organización y la propia estructura del "mundo real".

Al mediar entre realidad y sujeto perceptivo, modifica aquélla de una manera que está íntimamente unida a las características de ese medio. Su forma de "presentar" la realidad nos hace "ver" esa realidad de una manera que, además de estar influenciada por las características técnicas, lo va a estar por los modos de producción de documentos y por los condicionamientos del consumo de esos productos.

Se van creando unos códigos propios para cada medio y cada estilo, que son función de los factores que hemos visto. Estos códigos, que en un principio son relativamente abiertos van

Televisión Comunitaria [on line] disponible en internet en:

⁵http://www.cetic.edu.ve/files/ced/2006/medios_comunit/tv/que_es_tv_comunit/pantallas/pantalla_04.html

Imagen corporativa [on line] disponible en internet en:

⁶ <http://www.mtg.es/uploads/docs/Manual.pdf>

cerrándose a medida que se va generando una industria que pretende comunicar más rápidamente y con un mínimo esfuerzo.

Entendemos, que los medios audiovisuales generan códigos específicos que le permiten denominarse como "modos de representación".

Función social. Modelos de comunicación. Cuando los medios audiovisuales tienen una función específica dentro de la sociedad, el análisis que hemos de hacer está en gran manera en la influencia que pueden tener. No son un mero instrumento de reproducción de imágenes y sonidos.

Para hacer este análisis deberemos considerar, al menos, aspectos como la extensión de su uso, la tipología de códigos que utiliza y la adecuación de los receptores a esos códigos, las características tecnológicas, el modo de uso predominante, las formas de producción más habituales, maneras de uso individualizado.

Sobre las características de la comunicación existen numerosos modelos que la explican desde diferentes perspectivas, intentando reconocer los elementos que actúan en la comunicación y su interrelación.

Los medios de comunicación de masas. Cuando el elemento productor-emisor es minoritario y el receptor es mayoritario se define como "medio de comunicación de masas" o "mass-medió". Estos medios de difusión masiva pueden tener diferentes influencias en los consumidores, que empiezan a estudiarse de forma intensa por petición de los que patrocinan la emisión de los mensajes, los "otros consumidores", que pagan pretendiendo influir en la mayor cantidad de personas posibles. Esto ocurre hace unos sesenta años, generando una ciencia propia que desde entonces intenta conocer los "efectos" de los medios de comunicación masiva.

Los medios técnicos de comunicación cuando se simplifican y abaratan pasan de ser "massmedia" a "self-medió", que debe entenderse como medios que maneja y controla el usuario e incluso que es capaz de emitir mensajes en dicho medio. El usuario tiene, entonces, la posición de emisor y receptor.

Los estudios sobre la influencia de los medios de comunicación no aportan todavía una respuesta clara y no es posible conocer si existe un condicionamiento sobre los comportamientos de los receptores.⁷

Guion técnico. La elaboración del guion técnico es el momento de la producción de un producto audiovisual que se sitúa entre el guion y el rodaje. En España el guion técnico suele hacerlo el realizador/director. Cuando elabora el guion técnico, incorpora la

Audiovisual [on line] disponible en internet en:

⁷http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=774

segmentación de las secuencias y las escenas en planos con su numeración correlativa y toda la información técnica necesaria para planificar la grabación: identificación del plano, sujeto u objeto encuadrado, tamaño de plano, ángulo de la toma, movimientos de cámara, ópticas, iluminación, sonidos, decorado, accesorios, etc. La unidad del guion técnico es el plano, y el orden en que se muestran es el del montaje final.

Es un documento que se dirige a todo el equipo técnico y servirá de base para la planificación:

El realizador plasma nociones básicas o generales del estilo narrativo-expresivo.

El productor lo utilizará para desglosar, presupuestar, planificar y coordinar el plan de rodaje.

El ayudante de realización, junto con el equipo de producción, lo utiliza para establecer el plan de rodaje.

Todo el resto de técnicos implicados en la puesta en escena o la captación de imagen y sonido lo utilizarán para la planificación de sus respectivas tareas en la grabación.

El realizador expresa en el guion técnico todos los elementos que componen la película y a partir de estos elementos, reflexionados y escogidos, se conforma su estilo de realización. Define lo que se mostrará al espectador y lo que quedará oculto. Muestra una determinada porción del espacio y, en consecuencia, oculta el resto. Muestra un tiempo, dilatado o comprimido, y elimina elementos de menor importancia.

Cuando se elabora un guion técnico se gestiona lo que se quiere decir y lo que se quiere transmitir emocionalmente al espectador. Cada plano tiene que estar concebido en sí mismo pero considerando el plano que le precede y el que le sigue e incluso su posición en el conjunto de la película. Al planificar un rodaje, también es importante tener en mente el montaje del material de tal modo que un director artístico debe coordinarse no sólo con el realizador y el director de fotografía sino también con el montador.⁸

Guion literario. En la presentación de un guión literario se debe seguir una serie de normas:

Respecto al lenguaje empleado:

Claridad expositiva: frases breves y construcciones sintácticas simples.

La redacción del texto debe realizarse en presente de indicativo.

Guion técnico [on line] disponible en internet en:

⁸ http://e-archivo.uc3m.es:8080/bitstream/handle/10016/16373/guion_tecnico_2013.pdf?sequence=5

La voz en off debe indicarse en mayúsculas –NOMBRE (OFF)-.

Las descripciones de los espacios y de los personajes deben ser breves y físicas, es decir, han de ceñirse a lo que posteriormente veremos y oíremos en pantalla. (no interesan pensamientos, sentimientos, emociones, etc., si no tienen una traducción visual).

Respecto al formato de presentación:

Existen tantos formatos de presentación como guiones.

Se prefiere emplear folio DIN-A4 en formato vertical.

Aunque estamos hablando de vídeos educativos y didácticos, pertenecientes al género documental, es posible introducir elementos y situaciones dramáticas. Por ello, el guión literario de un vídeo educativo puede seguir el modelo de presentación de una producción dramática (aunque no es frecuente):

A una columna, con la descripción de la banda imagen que ocupa toda la hoja y la banda sonido que ocupa el tercio central del folio.

A dos columnas, lado izquierdo para la banda imagen y lado derecho para la banda sonido.

El vídeo educativo estará estructurado en diferentes bloques o secuencias. Cuando se habla de secuencias, nos referimos a “secuencias mecánicas”, unidad de espacio-tiempo, no de acción (definición clásica). El término “escena” puede emplearse, aunque es más frecuente en el área anglosajona (por su fuerte tradición teatral).

El cambio de secuencia mecánica o de Bloque conlleva el cambio de página (para dar mayor claridad y facilitar el desglose de guión que posteriormente se realizará). La introducción de un nuevo decorado implicará una nueva secuencia (mecánica). Si se pasa a tratar un aspecto diferente o una acción distinta, hablaremos de cambio de Bloque.

En la parte superior izquierda deben figurar los siguientes datos: Número de Bloque o Secuencia, Número de Secuencia o Escena, Nombre o Título del Bloque o Secuencia, Exterior o Interior, Lugar y Momento del día.

Es recomendable indicar los movimientos de cámara, efectos de iluminación especiales, composiciones del encuadre muy relevantes, los efectos de sonido significativos para la acción descrita, las transiciones entre planos más importantes, etc.

Las transiciones de plano, al principio y al final de cada secuencia mecánica y de cada bloque, deben ser indicadas en mayúscula.⁹

2.2 ENFOQUE LEGAL

El Acuerdo 24 de 1997, de la **Comisión Nacional de Televisión**, en que se reglamenta la prestación del servicio de televisión en las dos modalidades del nivel local, con y sin ánimo de lucro.

Artículo 2º TELEVISIÓN LOCAL señala que “el servicio público de televisión en el nivel de cubrimiento local es aquel prestado en un área geográfica continua, siempre y cuando ésta no supere el ámbito de un mismo municipio o distrito, área metropolitana o asociación de municipios”, en cuanto a los objetivos y contenido de la programación a nivel local, el artículo 16º indica que “las estaciones locales harán énfasis en una programación de contenido social y comunitario; las comunidades organizadas tendrán el propósito de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales e institucionales”, luego en el artículo 17º se dice que “el concesionario de la televisión local será el único responsable ante la Comisión Nacional de Televisión por la calidad de la señal, lo mismo que por el contenido de la programación, la cual debe reflejar la cultura, los temas y las necesidades de la comunidad a la que se dirigen”. En el resto del cuerpo legal se abordan: artículo 20º franjas de audiencia, artículo 21º temática de la programación, artículo 23º origen de la programación; capítulo V publicidad y anuncios comerciales a nivel local. Entre otros muchos aspectos más.

El artículo 3º, del Acuerdo N° 006 del 5 de octubre de 1999, de la Comisión Nacional de Televisión, por el cual se reglamenta la prestación del servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro define que TELEVISION COMUNITARIA “es el servicio de televisión prestado por las comunidades organizadas sin ánimo de lucro, con el objeto de realizar y producir su propia programación para satisfacer necesidades educativas, recreativas y culturales. Este servicio deberá prestarse bajo la modalidad de televisión cerrada, por uno o varios canales de la red. Así mismo, por razón de su restricción territorial y por prestarse sin ánimo de lucro, este servicio no se confundirá con el de televisión por suscripción”¹⁰

El Consejo Directivo del Archivo General de la Nación, en uso de sus facultades legales, en especial las otorgadas por la Ley 80 de 1989, la Ley 489 de 1998 y la Ley 594 de 2000.

ARTÍCULO SÉPTIMO: Comunicaciones internas: Para las comunicaciones internas de carácter oficial, las entidades deberán establecer controles y procedimientos que permitan realizar un adecuado seguimiento a las mismas, utilizando los códigos de las dependencias,

Guion Literario [on line] disponible en internet en:⁹
<http://www.uji.es/bin/organs/vices/vpusl/labcap/docs/manual/v5.pdf>
Comisión nacional de televisión [on line] disponible en internet en:¹⁰
<http://abelsuing.wordpress.com/2009/07/09/marco-legal-sobre-la-tv-local-y-comunitaria-en-sudamerica/>

la numeración consecutiva y sistemas que permitan la consulta oportunamente, ya sean éstos, manuales o automatizados.

ARTÍCULO OCTAVO: Control de comunicaciones oficiales: Las unidades de correspondencia, elaborarán planillas, formatos y controles manuales o automatizados que permitan certificar la recepción de los documentos, por parte de los funcionarios competentes y dispondrán de servicios de alerta para el seguimiento a los tiempos de respuesta de las comunicaciones recibidas.

ARTICULO DÉCIMO CUARTO: Imagen corporativa: Con el propósito de reflejar una adecuada imagen corporativa, las entidades establecerán en sus manuales de procedimientos, la manera de elaborar oficios, cartas, memorandos y otros, teniendo en cuenta las normas ICONTEC, existentes para el efecto.

La leyenda de pie de página debe contener, la dirección, el número del conmutador, el número de fax institucional, la dirección de la página web y la dirección del correo electrónico de la entidad.¹¹

- Todas las copias de material de video deben estar enmarcadas dentro de las disposiciones legales sobre Derechos de autor Ley 44 de 1.993, que en su capítulo IV, sobre las sanciones, hace referencia a: " ...quien de cualquier modo o por cualquier medio reproduzca, enajene, compendie, multiplique o transforme... una obra artística sin autorización previa y expresa de sus titulares".

Constitución Política de Colombia

Artículo 61. El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

Nota: El concepto de “propiedad intelectual”, acogido por el artículo 61 de la Constitución Política, en concordancia con el artículo 2 numeral 8 del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, es omnicomprendido de diferentes categorías de propiedad sobre creaciones del intelecto, que incluye dos grandes especies o ramas: la propiedad industrial y el derecho de autor, que aunque comparten su naturaleza especial o sui generis, se ocupan de materias distintas. Mientras que la primera trata principalmente de la protección de las invenciones, las marcas, los dibujos o modelos industriales, y la represión de la competencia desleal, el derecho de autor recae sobre obras literarias, artísticas, musicales, emisiones de radiodifusión, programas de ordenador, etc.

Ley 23 de 1982 Sobre los Derechos de Autor

Artículo 1. Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente ley y, en cuanto fuere compatible con

Derechos de autor [on line] disponible en internet en:¹¹
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=10551>

ella, por el derecho común. También protege esta ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de fonogramas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor.

Artículo 2. Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas, literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación, tales como: los libros, folletos y otros escritos.

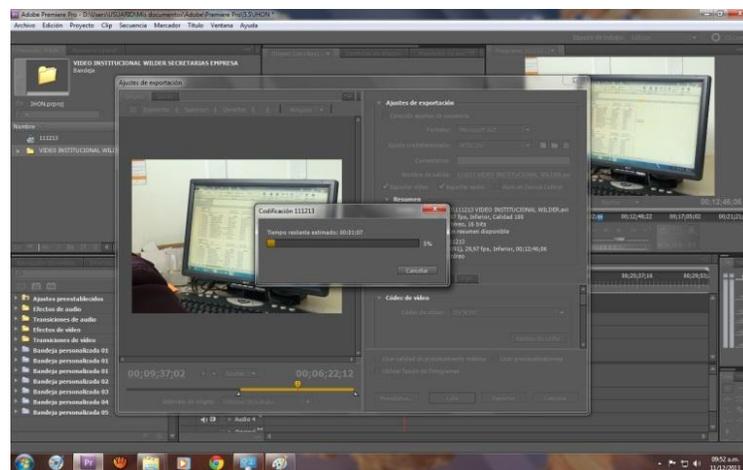
Ley 44 de 1993

Capítulo II

Artículo 6. Todo acto en virtud del cual se enajene el Derecho de Autor, o los Derechos Conexos así como cualquier otro acto o contrato vinculado con estos derechos, deberá ser inscrito en el Registro Nacional del Derecho de Autor como condición de publicidad y oponibilidad ante terceros.¹²

Derechos de autor [on line] disponible en internet en:

¹² http://www.cide.edu.co/cidevirtual/file.php/1/Normatividad_Derechos_de_Autor.pdf



Fuente. Pasante del proyecto

Actividad 3. Organizar el cliente interno para la realización de las imágenes a obtener en el video.

Para la reproducción de la pieza audiovisual se organizó el público interno como: Secretarías, Contadoras, Administradores, Operarios, Ingenieros, Periodistas, Camarógrafos, y Personal de servicios generales y se logró llevar a cabo la realización de las diferentes imágenes a utilizar.

Esta actividad, llevo más largo trabajo pese a la gran cantidad y la falta de disponibilidad de tiempo para lograr llevar a cabo las imágenes.

Actividad 4. Redacción del guion técnico.

Tabla 1. Guion Técnico

| Video Institucional testimonial de Asucap San Jorge | | | | | | |
|---|--------|--------------|-------------|---|---|----------|
| Plano | | | | Descripción video | Descripción audio | Duración |
| N° | Escala | Angulación | Mov. Cámara | | | |
| 001 | -- | -- | -- | Cabezote | -- | 13" |
| 002 | PD | Frontal | Zoom Out | Una caja de señal de televisión marca 94.1 | | 7" |
| 003 | PD | Frontal | -- | Parte trasera de una caja de señal de televisión. | | 4" |
| 004 | PG | Frontal | -- | Dos trabajadores de redes con una escalera | | 2" |
| 005 | PM | Contrapicado | -- | Secretaria utilizando un mouse | | 4" |
| 006 | PA | Frontal | -- | Secretaria en el pc utilizando el celular | | 3" |
| 007 | PM | Frontal | Zoom Out | Secretaria en el pc | | 4" |
| 008 | PG | Frontal | -- | Secretaria informando a un usuario de la empresa. | | 4" |
| 009 | PP | Frontal | Barrido | Secretaria en el pc | | 3" |
| 010 | PP | Frontal | Zoom Out | Camarógrafo y periodista entrevistando una mujer. | | 4" |
| 011 | PG | Frontal | -- | Gerente del canal utilizando el pc | | 5" |
| 012 | PG | Picado | -- | Secretaria utilizando el pc y hablando por celular. | Blue Dy - Production Music Online | 5" |
| 013 | PD | Frontal | -- | Dos manos manejando una consola de emisión. | | 4" |
| 014 | PD | Frontal | -- | Fachada de la empresa "Asucap San Jorge" | | 2" |
| 015 | PM | Frontal | -- | (Belky Sulay Salcedo) Gerente hablando. | | 10" |
| 016 | PD | Frontal | -- | Lente de la cámara enfocando a Janice. | | 3" |
| 017 | PD | Frontal | Barrido | Lente de la cámara desenfocado Raúl. | | 4" |
| 018 | PM | Frontal | -- | Gerente viendo el pc | | 3" |
| 019 | PG | Frontal | Zoom Out | Editor con el computador realizando producción. | | 5" |
| 020 | PP | Frontal | -- | Una cámara de video dando un giro. | | 6" |
| 021 | PP | Frontal | -- | Programa de edición en el computador "Premiere" | | 2" |
| 022 | PM | Frontal | -- | Jazmín Beatriz Ibáñez Lozano hablando | | 12" |
| 023 | PG | Frontal | -- | Sala de redacción | | 3" |
| 024 | PG | Frontal | -- | Presentadores del noticiero en grabación. | | 3" |
| 025 | PM | Frontal | -- | Editor en el pc | | 2" |

| | | | | | |
|-----|----|--------------|----------|--|-----|
| 026 | PM | Frontal | -- | Editor en el pc | 3" |
| 027 | PP | Frontal | Zoom Out | Cámara de video. | 4" |
| 028 | PG | Frontal | -- | Encargado del master en movimiento. | 4" |
| 029 | PM | Frontal | -- | Miguel Roberto Moros hablando | 9" |
| 030 | PG | Picado | -- | Secretaria utilizando el pc | 2" |
| 031 | PG | Frontal | -- | Secretaria utilizando el pc | 6" |
| 032 | PG | Frontal | -- | Camarógrafo utilizando la grúa. | 5" |
| 033 | PM | Frontal | -- | Presentador de noticias al aire. | 2" |
| 034 | PM | Frontal | -- | Ing. Edwin Ascanio Guerrero | 15" |
| 035 | PM | Contrapicado | -- | Trabajador de redes montado en un poste. | 5" |
| 036 | PD | Frontal | -- | Una caja de señal de televisión. | 1" |
| 037 | PG | Frontal | -- | Trabajador de redes subiendo una escalera | 10" |
| 038 | PP | Frontal | -- | Trabajador de redes | 3" |
| 039 | PM | Contrapicado | -- | Trabajador de redes en un poste. | 4" |
| 040 | PD | Frontal | -- | Cables de redes inalámbricas. | 5" |
| 041 | PM | Frontal | -- | Milena Ibáñez Rodríguez hablando | 9" |
| 042 | PD | Frontal | -- | Una mano utilizando el mouse | 1" |
| 043 | PM | Frontal | -- | Trabajador de redes al lado de un poste. | 4" |
| 044 | PG | Frontal | -- | Trabajador de redes montándose a un poste. | 5" |
| 045 | PG | Contrapicado | -- | Trabajador de redes instalando la señal de tv. | 3" |
| 046 | PM | Frontal | -- | Orlando Santiago Pérez hablando | 7" |
| 047 | PP | Trasero | -- | Editor y de fondo el computador. | 3" |
| 048 | PD | Frontal | -- | Una mano borrando información de la camara | 3" |
| 049 | PD | Frontal | -- | Manos manejando la consola de emisión. | 5" |
| 050 | PM | Frontal | -- | Trabajador de redes tirando de una cuerda. | 3" |
| 051 | PG | Frontal | Paneo | Cabecera | 5" |
| 052 | PM | Frontal | -- | Jorge Ortiz Pérez (Redes) | 8" |
| 053 | PG | Frontal | -- | Periodista entregando dos mercados. | 5" |
| 054 | PM | Frontal | -- | Giovanny Mejía Cantor hablando. | 9" |

Blue Dy -
Production Music
Online

| | | | | | |
|-----|----|---------|---------|--|-----|
| 055 | PD | Frontal | Barrido | Una caja de señal de televisión. | 2" |
| 056 | PG | Frontal | -- | Cabecera y de fondo un televisor. | 1" |
| 057 | PD | Frontal | -- | Unas manos trabajando con una caja de redes. | 4" |
| 058 | PP | Frontal | -- | Un televisor. | 3" |
| 059 | PG | Frontal | -- | Dos trabajadores manejando el master. | 3" |
| 060 | PM | Frontal | -- | Yurbey Hernández hablando. | 9" |
| 061 | PG | Frontal | -- | Presentadores del Magazine al aire. | 4" |
| 062 | PP | Frontal | -- | Una cámara de video | 4" |
| 063 | PM | Frontal | -- | Giovanny Alfonso Torres Jácome hablando | 8" |
| 064 | -- | -- | -- | Cabezote, visita presidencial | 1" |
| 065 | -- | -- | -- | Cabezote, día de las madres | 1" |
| 066 | PM | Frontal | -- | Dos periodistas informando en directo. | 1" |
| 067 | PG | Frontal | -- | Un joven jugando tenis. | 1" |
| 068 | PG | Frontal | -- | Estudiantes en bellas artes en la final de pilos | 1" |
| 069 | PG | Frontal | -- | Dos bailarinas de Ballet | 1" |
| 070 | PG | Frontal | -- | Grupo carranguero, festival de música campesina. | 1" |
| 071 | PG | Frontal | -- | Dos periodistas en vivo en festival campesino. | 1" |
| 072 | PP | Frontal | -- | Una guitarra | 1" |
| 073 | PM | Frontal | -- | Periodista en vivo presentando. | 1" |
| 074 | PM | Frontal | -- | Janice Guerrero Arévalo (Presentadora) | 12" |
| 075 | PG | Frontal | -- | Recibiendo premio Comutv | 2" |
| 076 | PG | Frontal | -- | Celebrando el premio Comutv | 2" |
| 077 | PG | Frontal | -- | Recibiendo premio Comutv | 2" |
| 078 | PG | Frontal | -- | Celebrando el premio Comutv | 3" |
| 079 | PP | Frontal | -- | Orlando Santiago Pérez (camarografo) | 2" |
| 080 | PM | Frontal | -- | Milena Ibáñez Rodríguez (Secretaria) | 3" |
| 081 | PM | Frontal | -- | Giovanny Alfonso Torres (Periodista) | 3" |
| 082 | PM | Frontal | -- | Jesús Andrés García (Vigilante) | 4" |
| 083 | PM | Frontal | -- | Fernel Malangón Roso (Camarografo) | 4" |

Blue Dy -
Production Music
Online

| | | | | | |
|---------------------|----|---------|----|---------------------------------------|--------------|
| 084 | PM | Frontal | -- | Giovanny Mejía Cantor (Periodista) | 3" |
| 085 | PM | Frontal | -- | Belky Sulay Salcedo (Gerente) | 3" |
| 086 | PM | Frontal | -- | Fernel Malangón Roso (Camarografo) | 7" |
| 087 | -- | -- | -- | Cabezote | 13" |
| Tiempo total | | | | | 06:42 |

Fuente. Pasante del proyecto

Actividad 5. Elaborar el guion Literario.

Tabla 2. Guion Literario

| Video Institucional testimonial de Asucap San Jorge | | | |
|---|---|--|----------|
| N° | Presentador | Texto | Duración |
| 001 | -- | “MOTIVACION” | 4” |
| 002 | -- | “COMPROMISO” | 5” |
| 003 | Belky Zulay Salcedo (Gerente) | “A partir del 28 de febrero del 2000 la CNTV nos autoriza con la resolución 0117 para prestar el servicio de televisión comunitaria sin ánimo de lucro”. | 10” |
| 004 | -- | “PROFESIONALISMO” | 6” |
| 005 | Jazmín Ibáñez Lozano (Coordinadora TV SAN JORGE) | “Con mucho esfuerzo y dedicación de la comunidad obtuvimos en el año 2000 por parte de la autoridad nacional de televisión la licencia de operaciones, nacimos para entretener, educar y enseñar. | 12” |
| 006 | -- | “UNION” | 3” |
| 007 | Miguel Roberto Moros (Pre. Junta directiva) | “Mediante un proceso de liderazgo comunitario y empresarial se consolida Asucap San Jorge, somos proyección social. | 9” |
| 008 | -- | “SERVICIO” | 6” |
| 009 | Ing. Edwin Ascanio Guerrero (Ingeniero) | “Implementamos una moderna red bajo la tecnología inalámbrica WIFI para que puedas estar cerca de tus amigos, navegar en las redes sociales, ver videos, escuchar música e intercambiar información; Internet con sentido social”. | 15” |
| 010 | -- | “SOLIDARIDAD” | 10” |

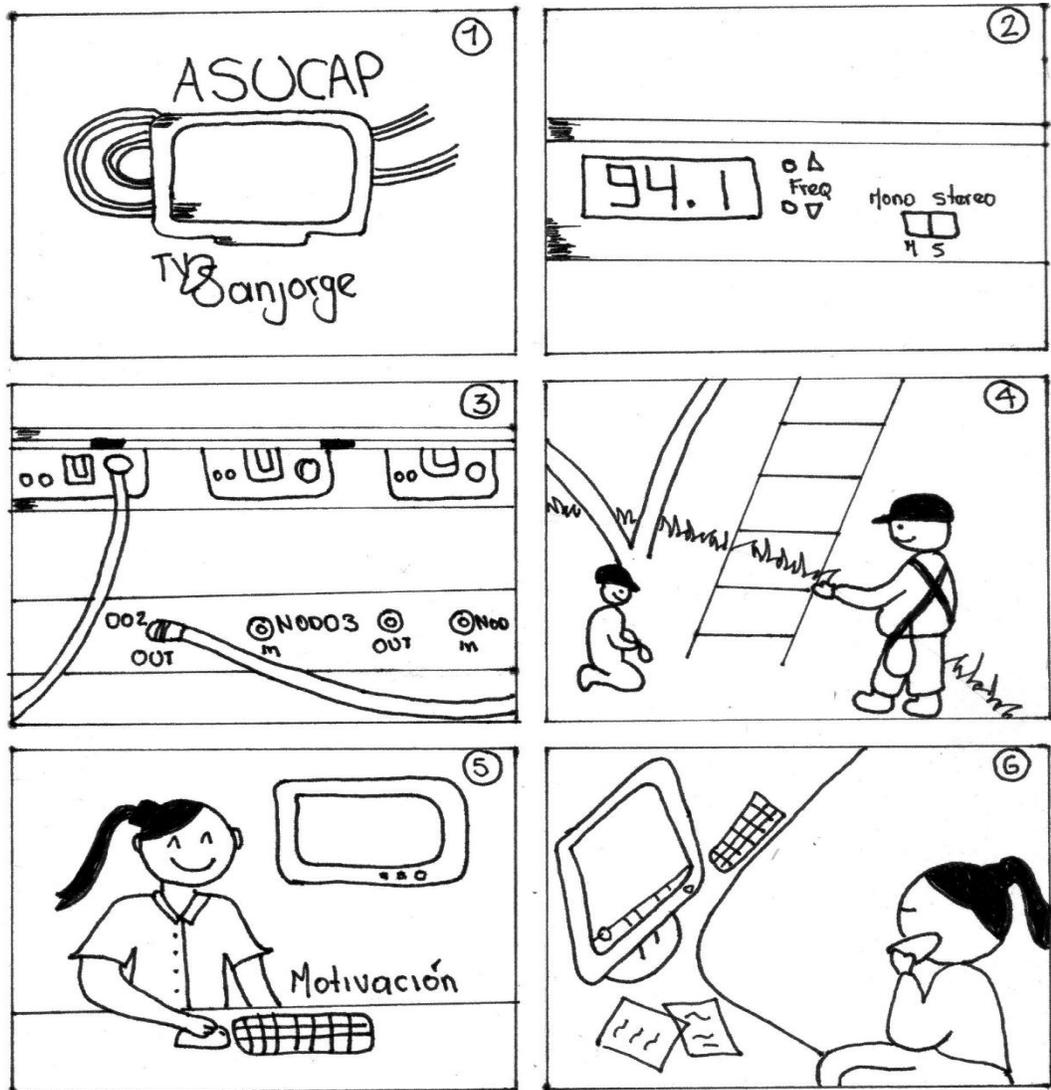
| | | | |
|-----|--|---|-----|
| 011 | Milena Ibáñez Rodríguez (Secretaria) | “Somos el puente para que su empresa llegue a todas las mentes de los ocañeros, en Asucap su pauta publicitaria es importante para nosotros”. | 9” |
| 012 | -- | “RESPONSABILIDAD” | 5” |
| 013 | Orlando Santiago Perez (Camarógrafo) | “Tv San Jorge con una programación en excelente calidad de audio y video que brinda nuestra red de fibra óptica extendida por toda la ciudad”. | 7” |
| 014 | -- | “CREATIVIDAD” | 5” |
| 015 | Jorge Ortiz Pérez (Redes) | “Contamos con más de 13.000 asociados disfrutan diariamente de 80 canales variados de televisión Nacional e Internacional”. | 8” |
| 016 | -- | “RESPONSABILIDAD SOCIAL” | 5” |
| 017 | Geovanny Mejía Cantor (Periodista) | “Una gran selección de canales Regionales, Nacionales, Internacionales, dos emisores de radio y por supuesto el mejor canal de televisión comunitario de Colombia”. | 9” |
| 018 | -- | “RESULTADOS” | 4” |
| 019 | Yurbey Hernández (Secretaria) | “Nuestra misión es prestar un servicio de excelencia en cuanto a señal y producción de televisión e internet utilizando tecnología de punta y personal idóneo”. | 9” |
| 020 | Geovanny Alfonso Torres (Periodista) | “Hemos estado cubriendo los acontecimientos más importantes de Ocaña y la provincia, con más de 500 transmisiones en vivo y en directo desde el punto de la noticia”. | 8” |
| 021 | Janice Guerrero Arévalo (Presentadora) | “Con grandes producciones como Documentales, Especiales del campo, Programas concurso, Magazine e Informativo, hemos obtenido galardones en los premios Comutv en la SAC y nominaciones en los premios India Catalina”. | 12” |
| 022 | Orlando Santiago Pérez (Camarógrafo) | “Una imagen dice más que mil palabras” | 2” |
| 023 | Milena Ibáñez Rodríguez (Secretaria) | “Nuestro compromiso es con usted” | 3” |
| 024 | Geovanny Alfonso Torres (Periodista) | “Nuestro tiempo es para que ustedes estén bien informados” | 3” |
| 025 | Jesús Sánchez García (Vigillante) | “Nuestro servicio lo prestamos para su satisfacción”. | 4” |
| 026 | Fernel Malangón Roso (Camarógrafo) | “Captamos todo lo que usted quiere y necesita ver”. | 4” |

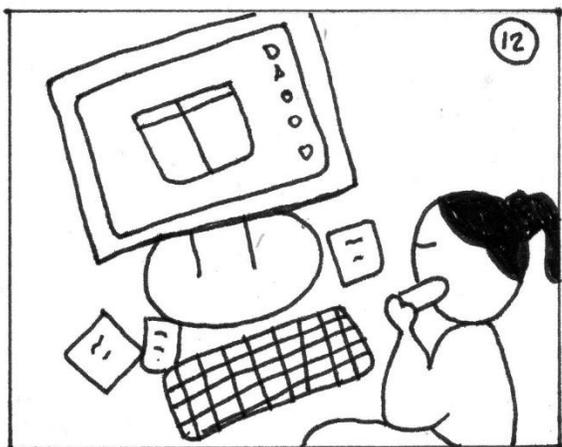
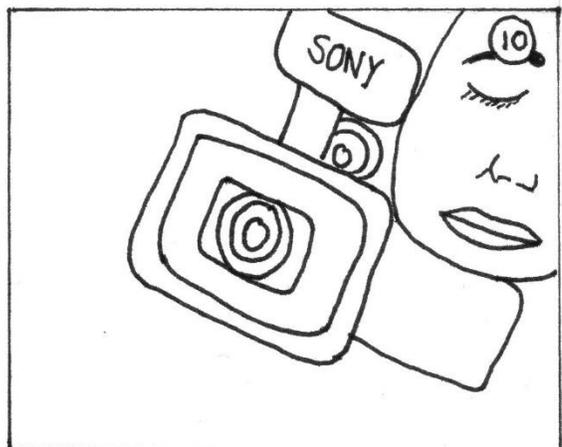
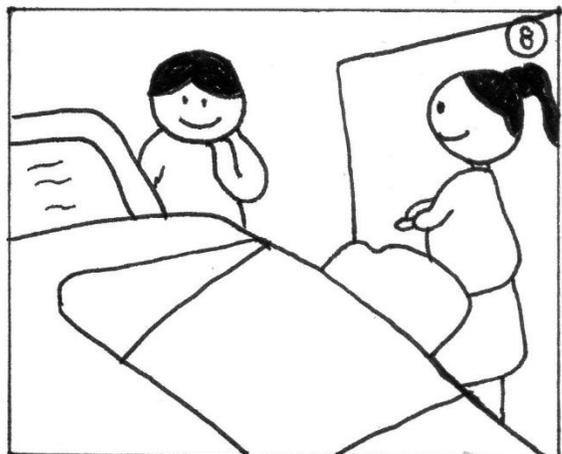
| | | | |
|-----|---------------------------------------|--|----|
| 027 | Giovanny Mejía Cantor (Periodista) | “Estamos presentes en el momento que usted más lo necesita”. | 3” |
| 028 | Belky Zulay Salcedo (Gerente) | “Creemos por el compromiso con la comunidad”. | 3” |
| 029 | Fernel Malangón Roso (Camarografo) | “Entretenimiento, deportes, cultura, noticias, información local y mucho más a un toque de su control remoto”. | 7” |

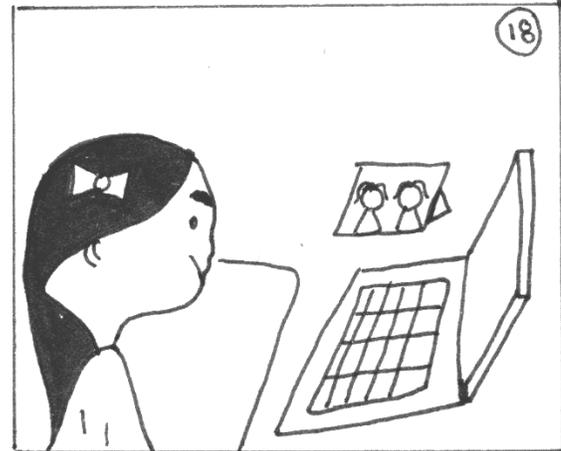
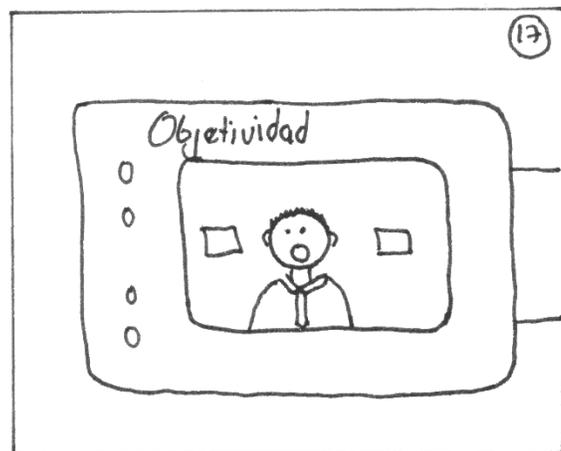
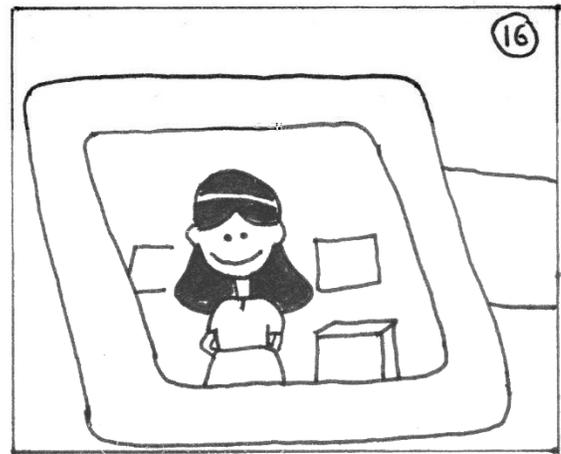
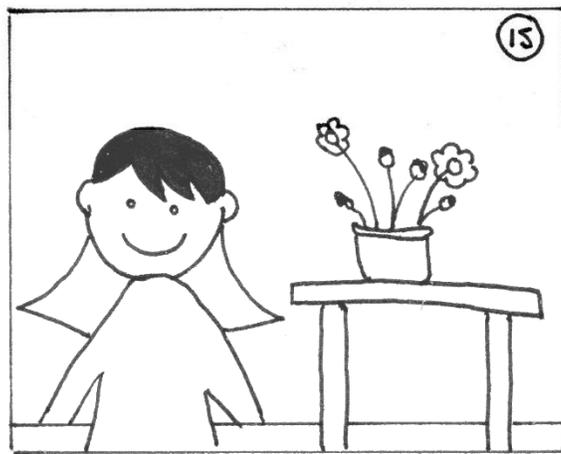
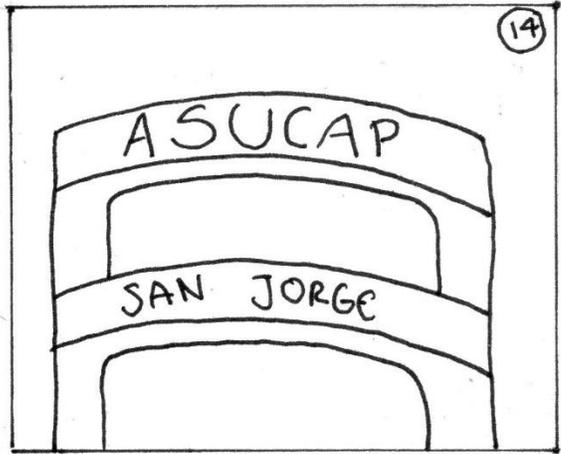
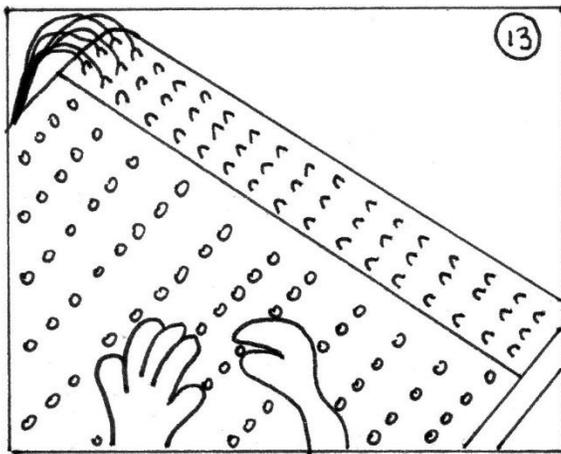
Fuente. Pasante del proyecto

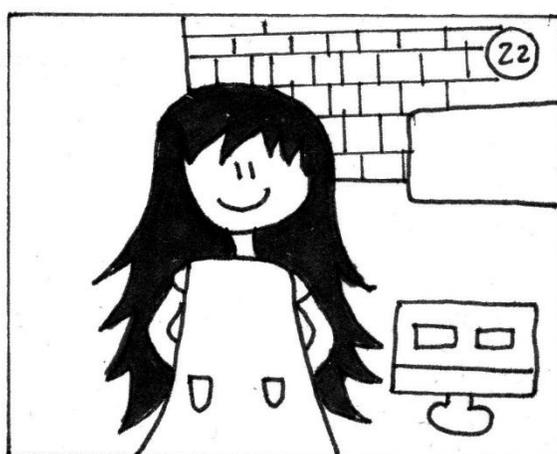
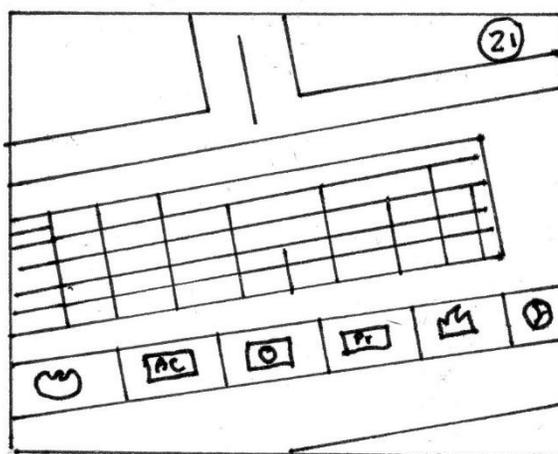
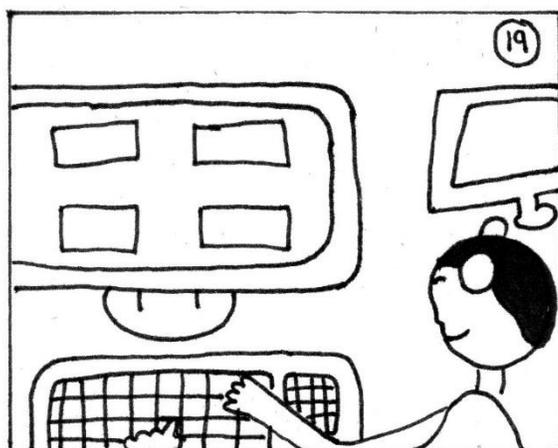
Actividad 6. Diseñar el Story Board

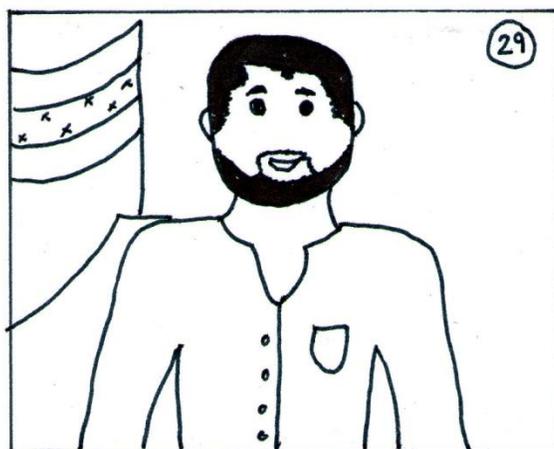
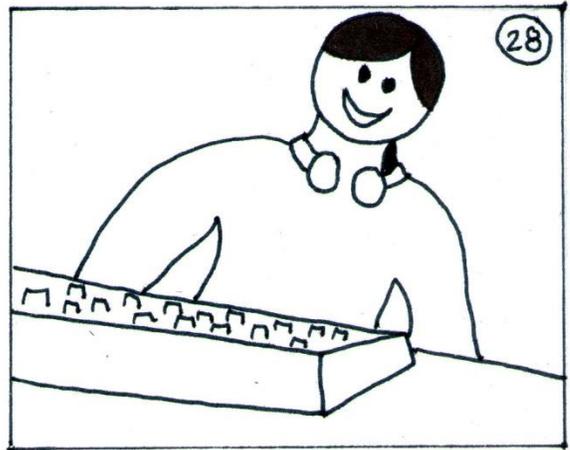
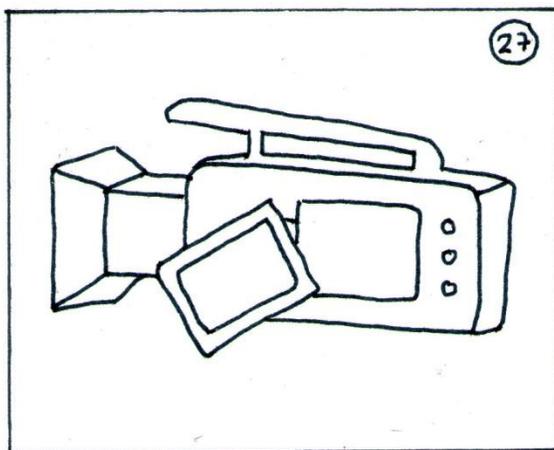
Cuadro 2. Story Board

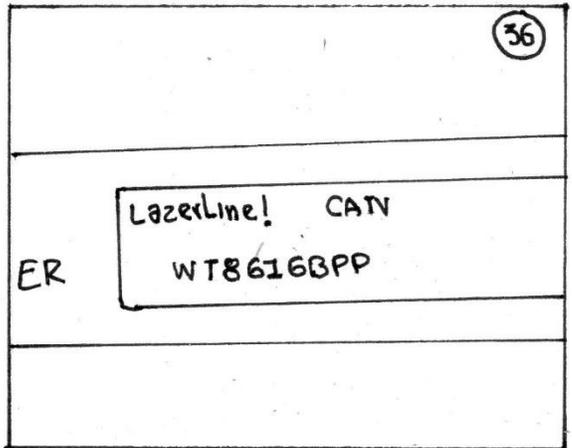
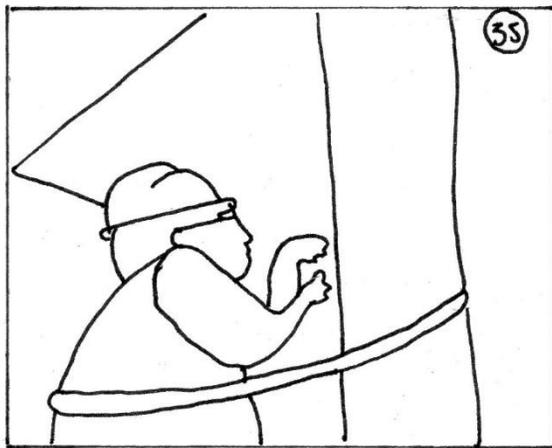
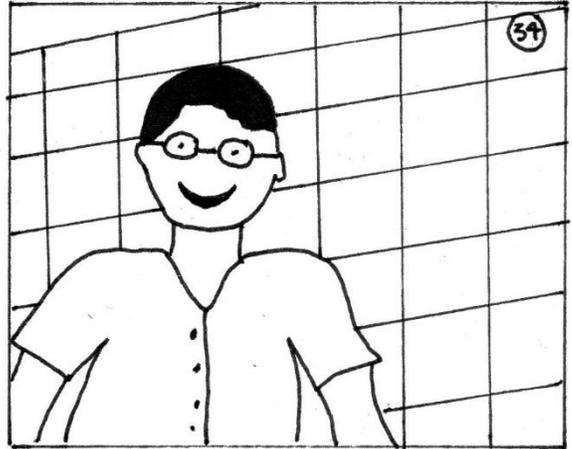
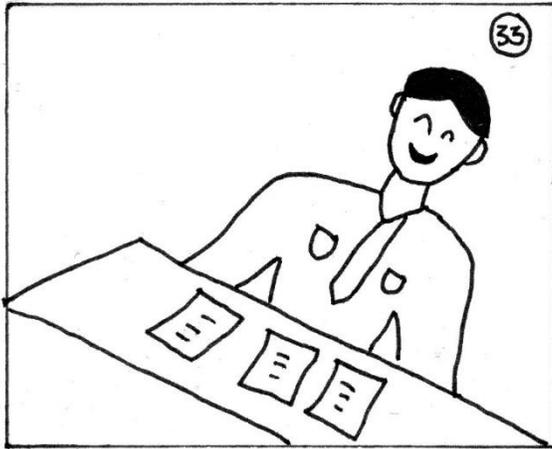
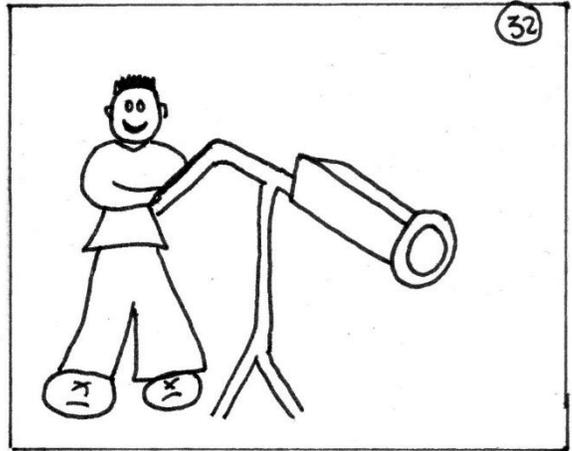


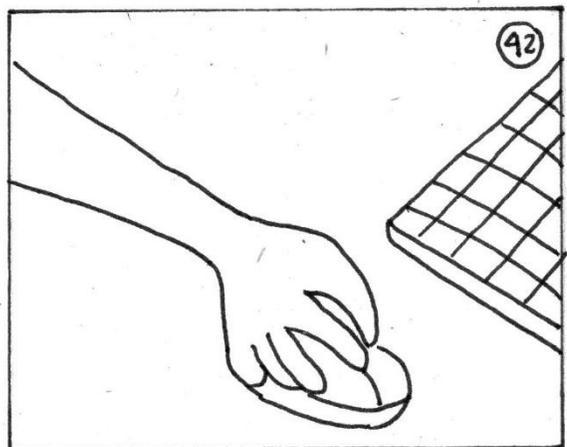
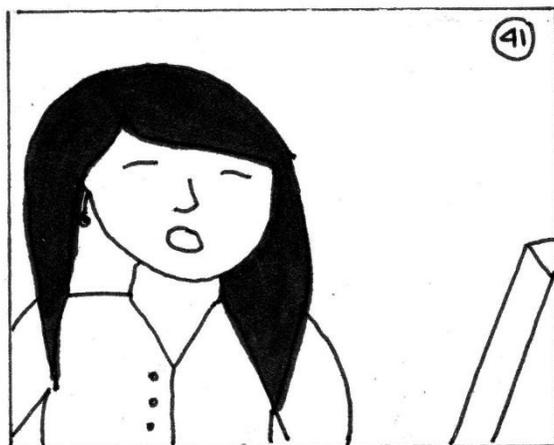
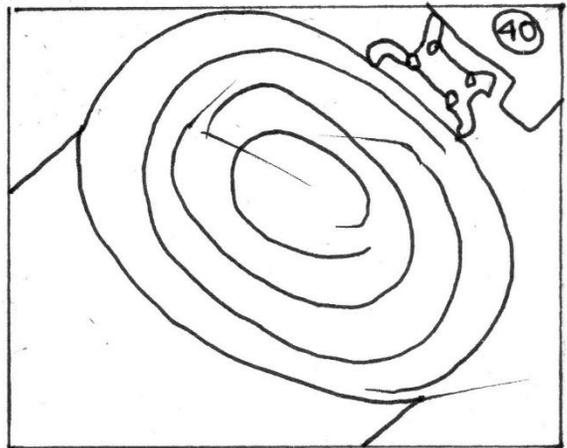
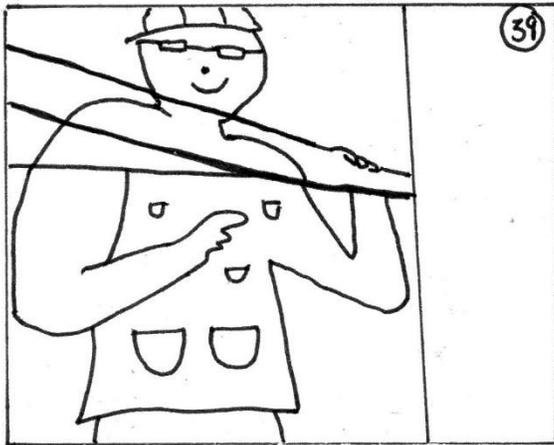
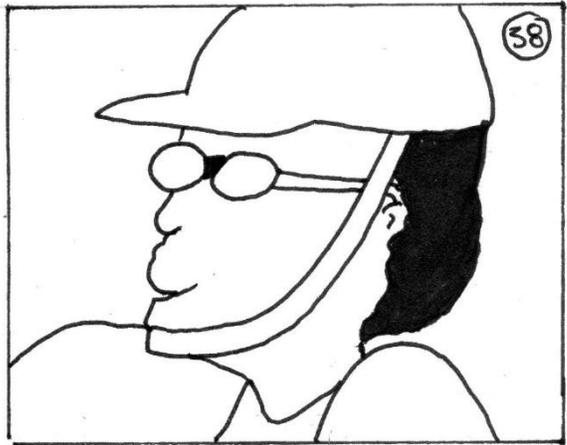


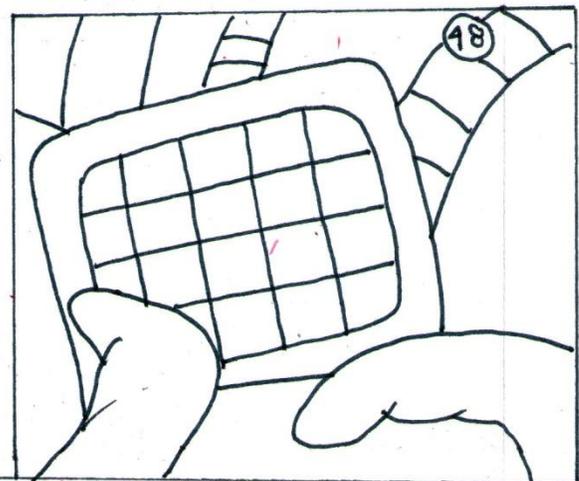
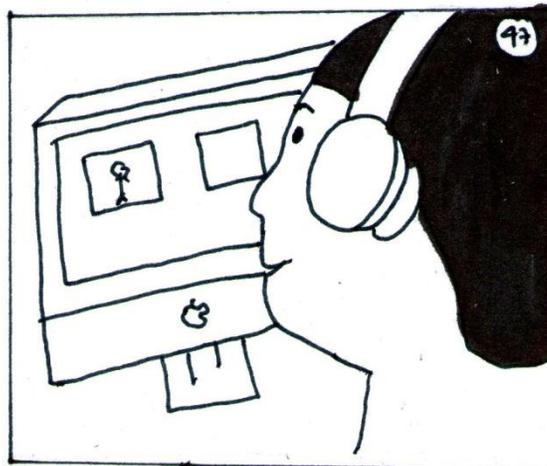
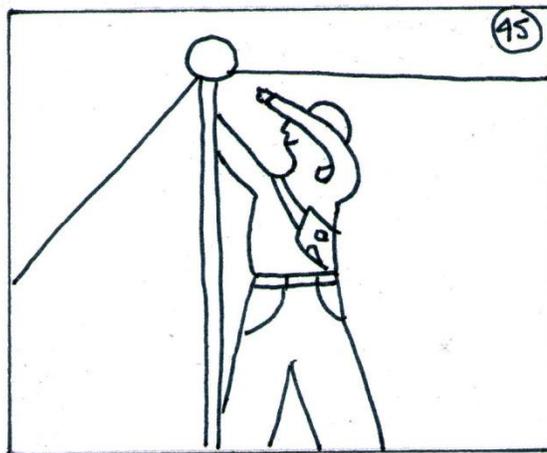
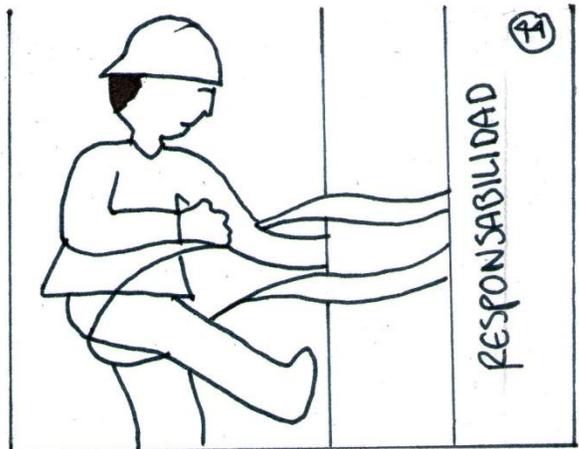
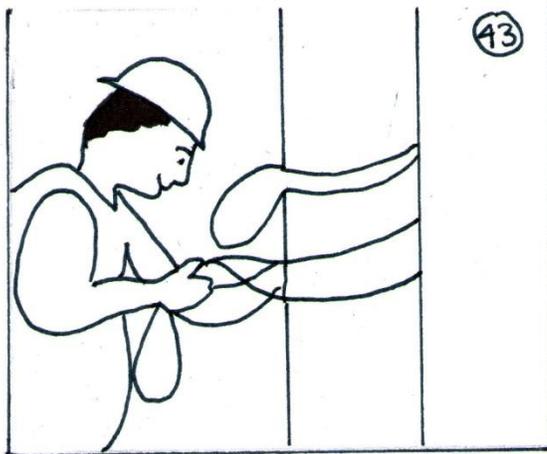


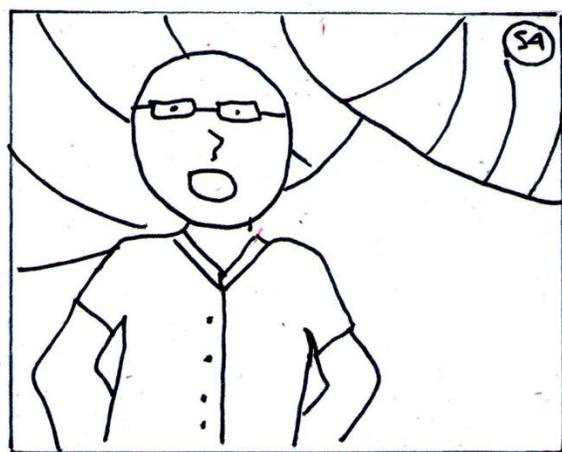
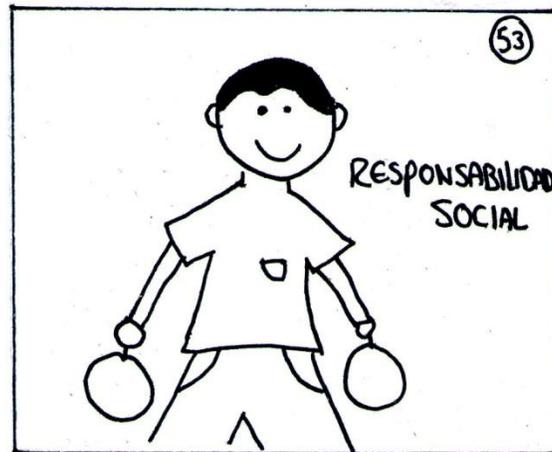
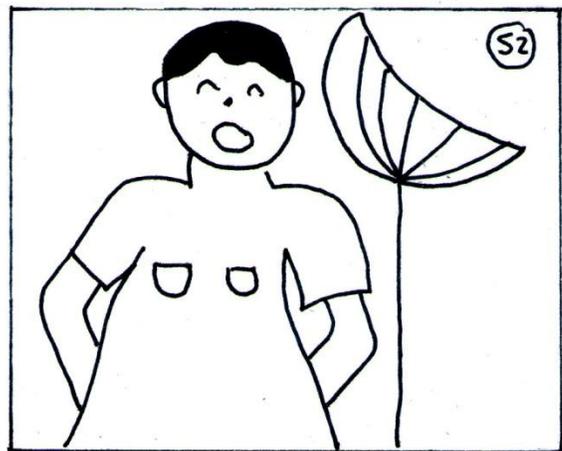
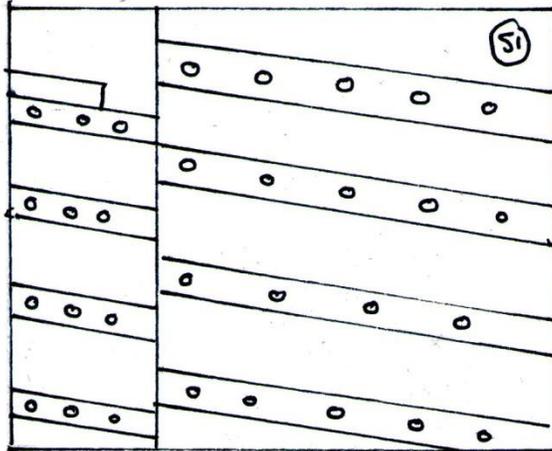
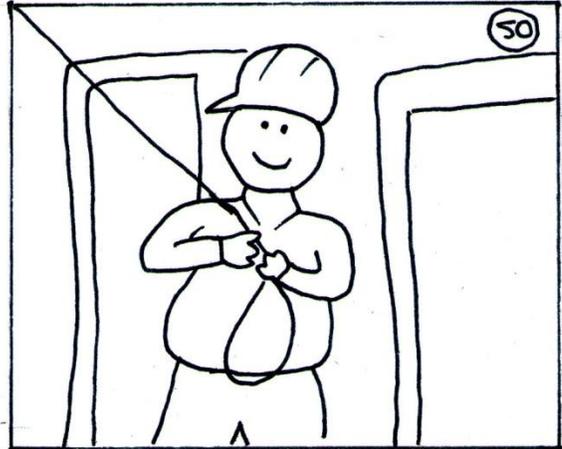
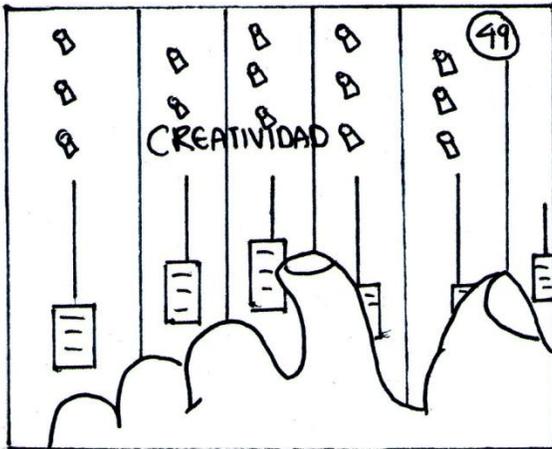


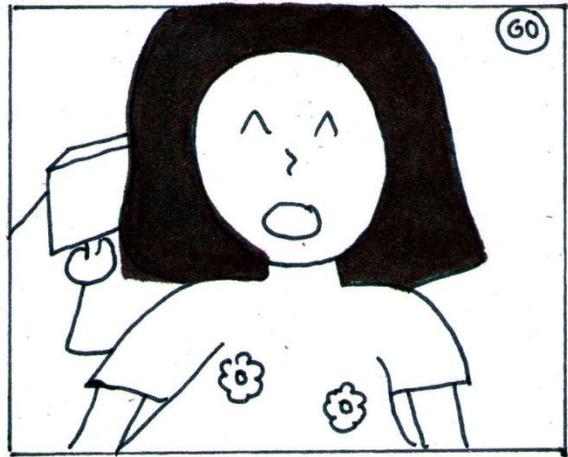
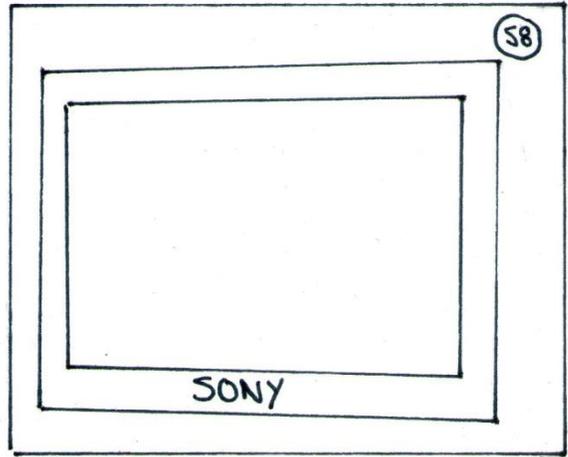
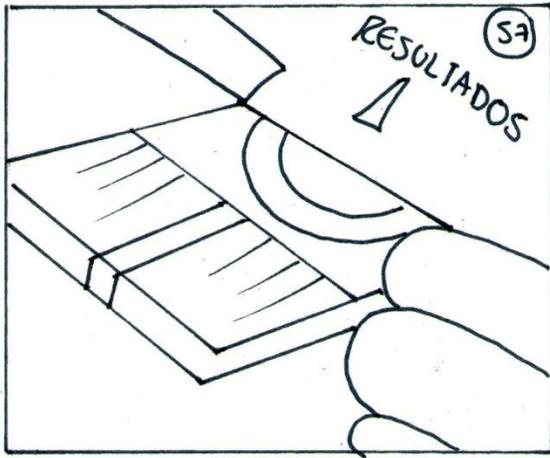
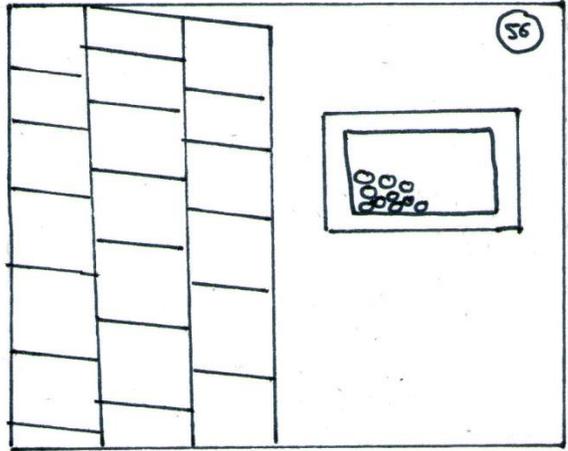
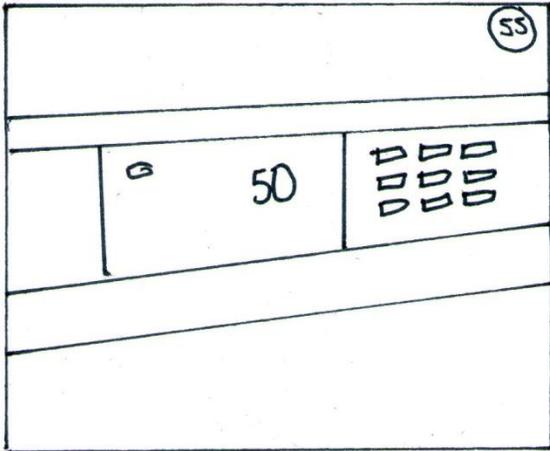


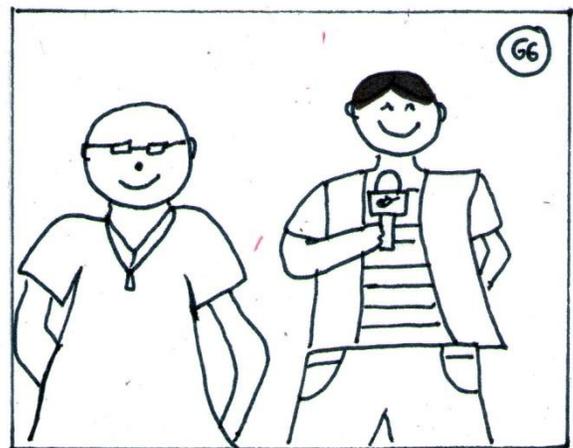
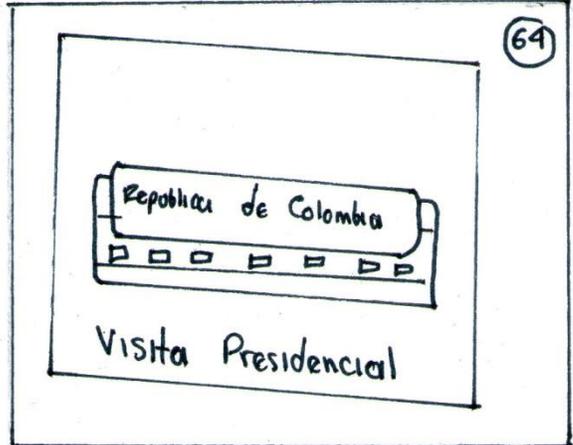
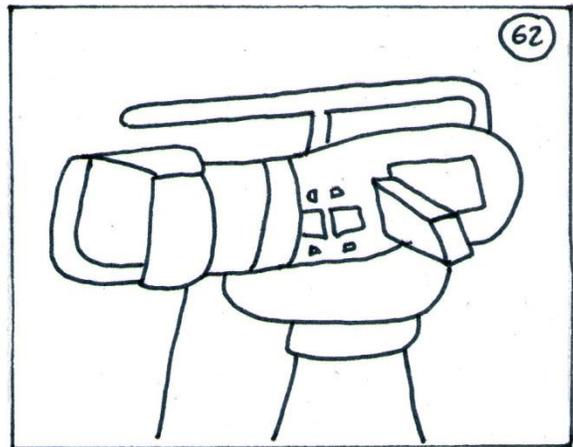
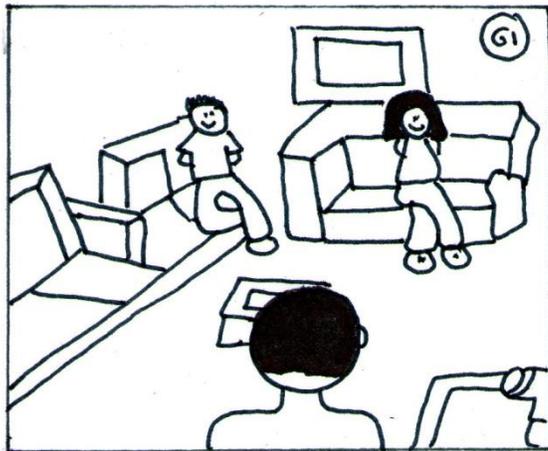


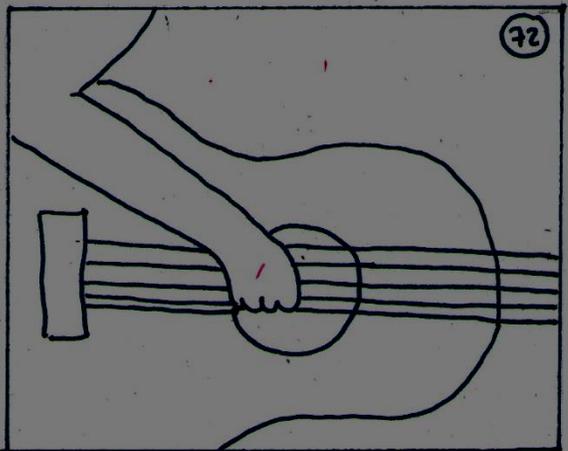
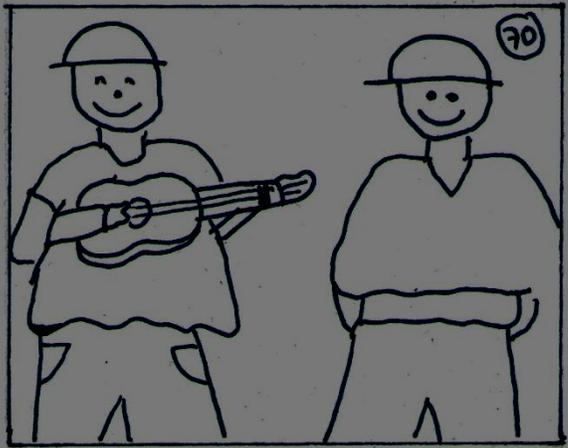
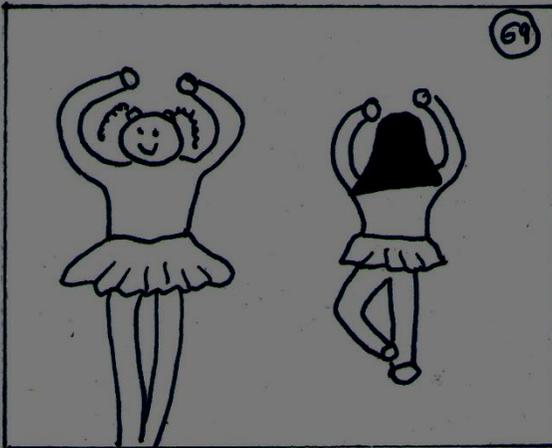
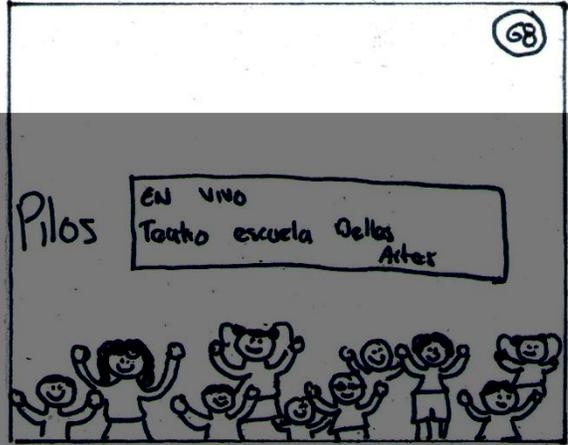
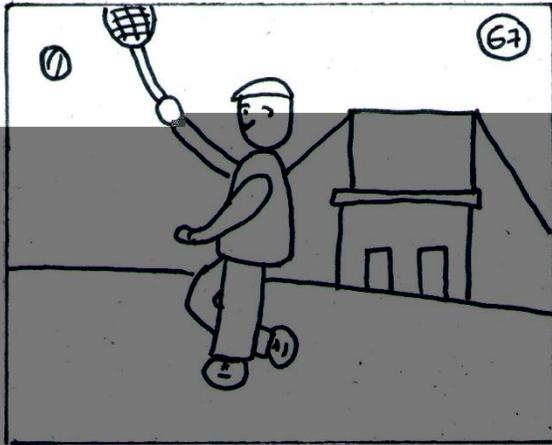


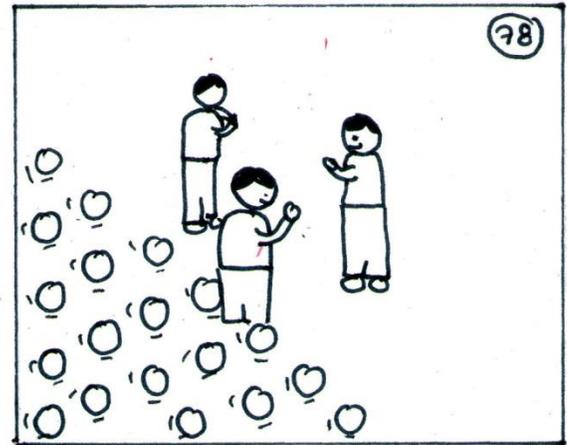
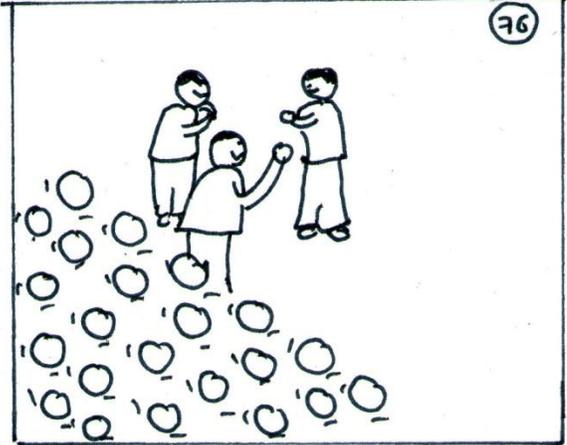
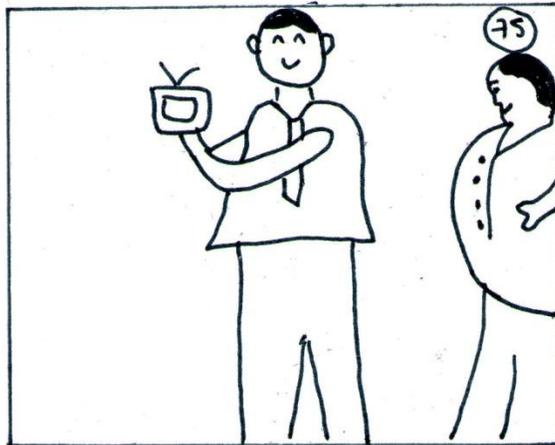


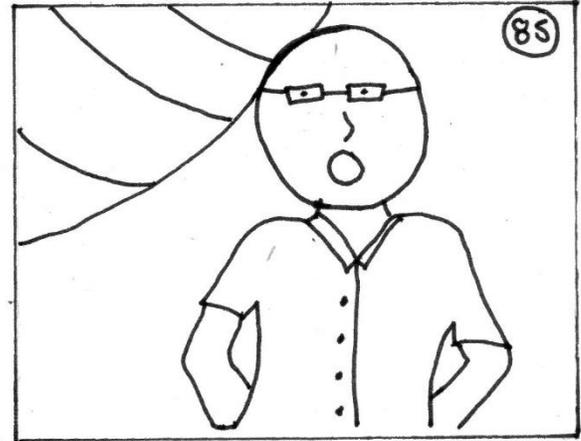
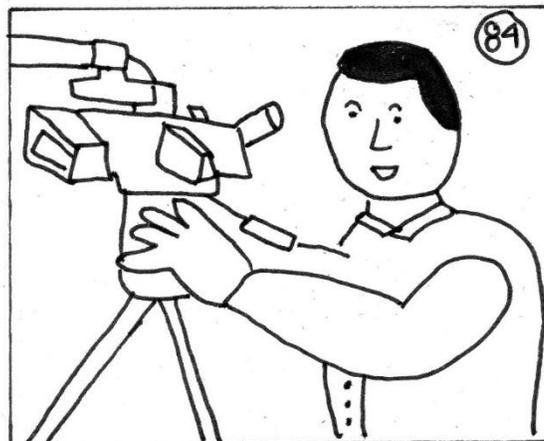
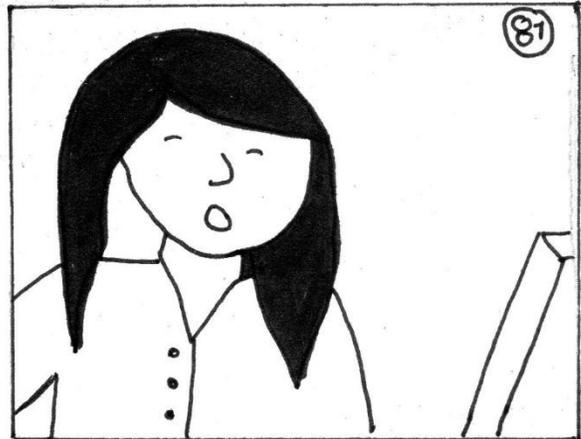
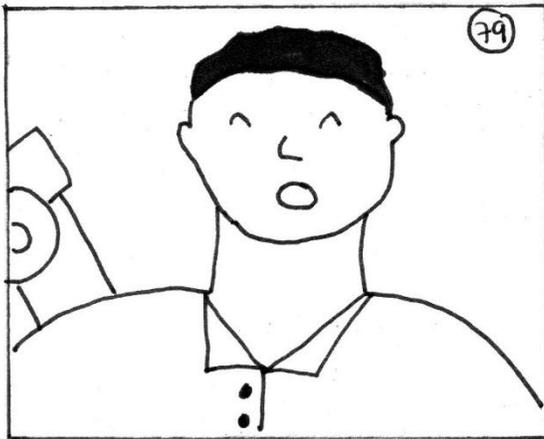


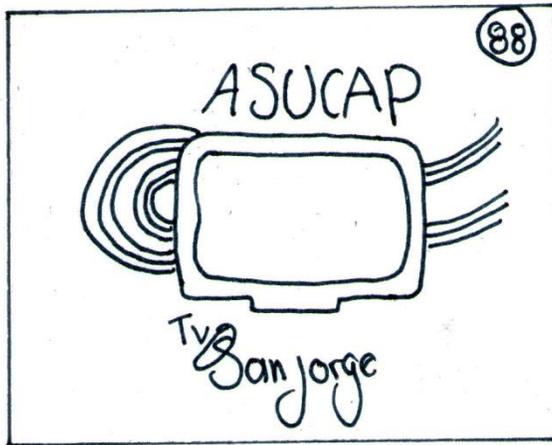
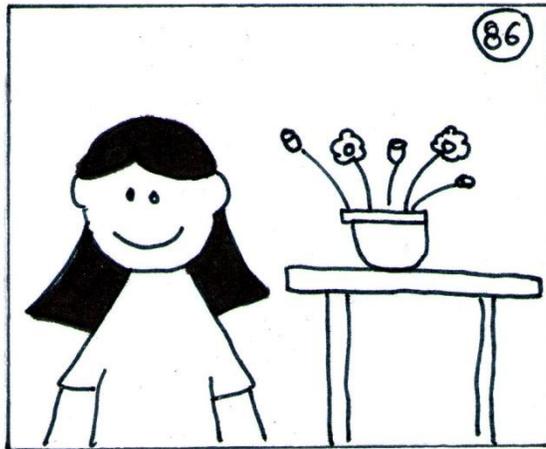












Actividad 7. Elaborar el Script en la producción del video institucional.

Tabla 3. Script

| Video Institucional testimonias de Asucap San Jorge | | |
|---|----------|----------|
| N° | ENTRA | SALE |
| 001 | 00:15:24 | 00:15:24 |
| 002 | 00:15:42 | 00:15:45 |
| 003 | 00:05:18 | 00:05:20 |
| 004 | 00:07:57 | 00:08:05 |
| 005 | 00:10:37 | 00:10:42 |
| 006 | 00:27:10 | 00:27:13 |
| 007 | 00:11:30 | 00:11:35 |
| 008 | 00:28:45 | 00:28:48 |
| 009 | 00:01:35 | 00:01:38 |
| 010 | 00:02:49 | 00:04:24 |
| 011 | 00:05:39 | 00:05:45 |

| | | |
|------------|----------|----------|
| 012 | 00:25:13 | 00:25:32 |
| 013 | 00:05:49 | 00:05:52 |
| 014 | 00:01:47 | 00:01:50 |
| 015 | 00:02:08 | 00:02:14 |
| 016 | 00:05:01 | 00:05:02 |
| 017 | 00:15:03 | 00:15:08 |
| 018 | 00:29:42 | 00:29:50 |
| 019 | 00:07:14 | 00:07:17 |
| 020 | 00:10:17 | 00:10:22 |
| 021 | 00:33:14 | 00:33:23 |
| 022 | 00:33:32 | 00:33:34 |
| 023 | 00:17:14 | 00:17:22 |
| 024 | 00:15:46 | 00:15:49 |
| 025 | 00:07:24 | 00:07:27 |
| 026 | 00:09:42 | 00:09:47 |
| 027 | 00:40:21 | 00:40:27 |
| 028 | 00:04:17 | 00:04:19 |
| 029 | 00:16:27 | 00:16:32 |
| 030 | 00:01:28 | 00:01:31 |
| 031 | 00:05:22 | 00:05:25 |
| 032 | 00:14:04 | 00:14:11 |
| 033 | 00:09:03 | 00:09:11 |
| 034 | 00:27:05 | 00:27:14 |
| 035 | 00:28:18 | 00:28:21 |
| 036 | 00:26:57 | 00:27:00 |
| 037 | 00:28:55 | 00:29:00 |
| 038 | 00:32:49 | 00:32:54 |
| 039 | 00:16:18 | 00:16:24 |
| 040 | 00:16:32 | 00:16:39 |
| 041 | 00:03:30 | 00:03:35 |
| 042 | 00:02:46 | 00:02:50 |
| 043 | 00:06:33 | 00:06:39 |
| 044 | 00:05:15 | 00:05:19 |
| 045 | 00:04:51 | 00:04:55 |
| 046 | 00:07:23 | 00:07:27 |
| 047 | 00:09:02 | 00:09:07 |
| 048 | 00:04:38 | 00:04:44 |
| 049 | 00:06:12 | 00:06:16 |
| 050 | 00:01:18 | 00:01:24 |

Fuente. Pasante del proyecto

Actividad 8. Asesorar la línea de edición para que los editores lleven a cabo el montaje del video institucional.

Con el proceso de la realización de las imágenes, se llevó a cabo una línea de tiempo y edición donde se lograron los diferentes cortes y acoples de imágenes en la producción.

Pese a que este video institucional no lleva voz off, del contrario lleva solo imágenes y palabras, la edición se hace menos difícil, solo observamos frases corporativas por parte de los trabajadores del canal.

Tabla 4. Pietaje

| Video Institucional testimonias de Asucap San Jorge | | | |
|---|---------------------------|----------|----------|
| N° | CARPETA | ENTRA | SALE |
| 001 | 270413 | 00:15:24 | 00:15:24 |
| 002 | 270413 | 00:15:42 | 00:15:45 |
| 003 | 150213 | 00:05:18 | 00:05:20 |
| 004 | Palabra "MOTIVACION" | -- | -- |
| 005 | 111213 | 00:07:57 | 00:08:05 |
| 006 | 111213 | 00:10:37 | 00:10:42 |
| 007 | 100512 | 00:27:10 | 00:27:13 |
| 008 | Palabra "COMPROMISO" | -- | -- |
| 009 | 111213 | 00:11:30 | 00:11:35 |
| 010 | 100512 | 00:28:45 | 00:28:48 |
| 011 | 080213 | 00:01:35 | 00:01:38 |
| 012 | Mensaje de la empresa 4 | 00:05:44 | 00:05:54 |
| 013 | 161213 | 00:02:49 | 00:02:54 |
| 014 | Palabra "OBJETIVIDAD" | -- | -- |
| 015 | 181213 | 00:05:39 | 00:05:45 |
| 016 | 020313 | 00:25:13 | 00:25:32 |
| 017 | Palabra "PROFESIONALISMO" | -- | -- |
| 018 | 181213 | 00:05:49 | 00:05:52 |
| 019 | Jazmin | 00:03:01 | 00:03:14 |
| 020 | 161213 | 00:01:47 | 00:01:50 |
| 021 | 161213 | 00:02:08 | 00:02:14 |
| 022 | 181213 | 00:05:01 | 00:05:02 |
| 023 | Palabra "UNION" | -- | -- |
| 024 | 200213 | 00:15:03 | 00:15:08 |
| 025 | 100512 | 00:29:42 | 00:29:50 |
| 026 | Miguel moros | 00:01:00 | 00:07:06 |
| 027 | 111213 | 00:07:14 | 00:07:17 |
| 028 | 111213 | 00:10:17 | 00:10:22 |
| 029 | Palabra "SERVICIO" | -- | -- |

| | | | |
|------------|---------------------------|----------|----------|
| 030 | 100512 | 00:33:14 | 00:33:23 |
| 031 | 100512 | 00:33:32 | 00:33:34 |
| 032 | Mensaje de la empresa 3 | 00:20:46 | 00:21:01 |
| 033 | 190413 | 00:17:14 | 00:17:22 |
| 034 | 270413 | 00:15:46 | 00:15:49 |
| 035 | Palabra "SOLIDARIDAD" | -- | -- |
| 036 | 010313 | 00:07:24 | 00:07:27 |
| 037 | 010313 | 00:09:42 | 00:09:47 |
| 038 | 120413 | 00:40:21 | 00:40:27 |
| 039 | Mensaje de la empresa 2 | 00:02:14 | 00:02:23 |
| 040 | 181213 | 00:04:17 | 00:04:19 |
| 041 | 190413 | 00:16:27 | 00:16:32 |
| 042 | Palabra "RESPONSABILIDAD" | -- | -- |
| 043 | 310113 | 00:01:28 | 00:01:31 |
| 044 | Mensaje de la empresa | 00:02:23 | 00:02:32 |
| 045 | 181213 | 00:05:22 | 00:05:25 |
| 046 | 200213 | 00:14:04 | 00:14:11 |
| 047 | Palabra "CREATIVIDAD" | -- | -- |
| 048 | 010313 | 00:09:03 | 00:09:11 |
| 049 | 020313 | 00:27:05 | 00:27:14 |
| 050 | Mensaje de la empresa 3 | 25:36 | 25:46 |
| 051 | Palabra "RESPO. SOCIAL" | -- | -- |
| 052 | Mensaje de la empresa 4 | 04:03 | 04:13 |
| 053 | 020313 | 00:28:18 | 00:28:21 |
| 054 | 020313 | 00:26:57 | 00:27:00 |
| 055 | Palabra "RESULTADO" | -- | -- |
| 056 | 020313 | 00:28:55 | 00:29:00 |
| 057 | 100512 | 00:32:49 | 00:32:54 |
| 058 | Mensaje de la empresa 2 | 00:01:14 | 01:23 |
| 059 | 200213 | 00:16:18 | 00:16:24 |
| 060 | 200213 | 00:16:32 | 00:16:39 |
| 061 | Mensaje de la empresa 3 | 00:19:04 | 00:19:14 |
| 062 | (15/15) | -- | -- |
| 063 | Mensaje de la empresa 4 | 00:01:09 | 00:01:22 |
| 064 | Imágenes de los premios | -- | -- |
| 065 | Mensaje de la empresa | 00:03:30 | 00:03:35 |
| 066 | Mensaje de la empresa 2 | 00:02:46 | 00:02:50 |
| 067 | Mensaje de la empresa 2 | 00:06:33 | 00:06:39 |
| 068 | Mensaje de la empresa 2 | 00:05:15 | 00:05:19 |
| 069 | Mensaje de la empresa | 00:04:51 | 00:04:55 |
| 670 | Mensaje de la empresa 3 | 00:07:23 | 00:07:27 |
| 071 | Mensaje de la empresa 3 | 00:09:02 | 00:09:07 |

| | | | |
|-----|-------------------------|----------|----------|
| 072 | Mensaje de la empresa 4 | 00:04:38 | 00:04:44 |
| 073 | Mensaje de la empresa 4 | 00:06:12 | 00:06:16 |
| 074 | Mensaje de la empresa | 00:01:18 | 00:01:24 |

Fuente. Pasante del proyecto

Actividad 9. Diseñar las tarjetas de invitación para el cliente interno al lanzamiento del video.

Con la realización del video institucional testimonial de Asucap San Jorge, se organizó el lanzamiento para el público interno. Se diseñaron unas tarjetas de invitación en forma de película de cine para darle una identidad corporativa al igual llevaba el escudo de la empresa.

Las invitaciones se le hicieron entrega a cada uno de los trabajadores de la empresa, con el objetivo de hacer partícipes y miembros de la organización.

. Tarjetas de invitación

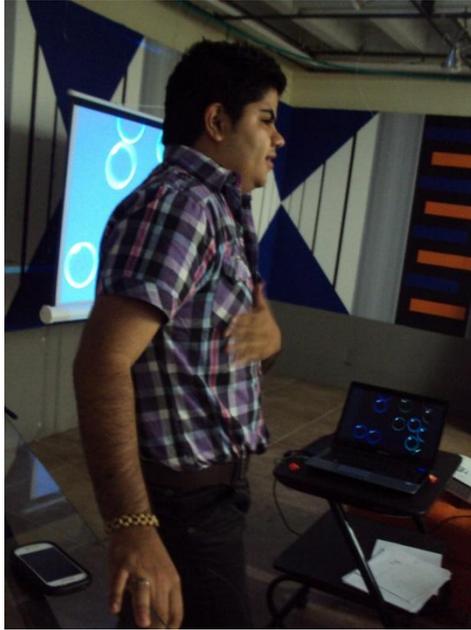


Actividad 10. Organizar todo lo referente a la logística del lanzamiento de la pieza audiovisual.

El lanzamiento del video institucional testimonial se llevó a cabo el 17 de enero del 2014 en el segundo piso de las instalaciones del canal comunitario Tv San Jorge, con la asistencia de todo el personal trabajador de la empresa se dio inicio al lanzamiento.

Esta pieza audiovisual es una pieza importante para la imagen corporativa de la empresa, por tal motivo el objetivo es sembrar en cada uno de los trabajadores amor y sentido de pertenencia por la organización.

Como resultado se logró la emisión de la pieza audiovisual para la apertura del noticiero todos los días y la publicación en pantalla principal de la página web de Asucap San Jorge.



Actividades complementarias.

Actividad 11. Coordinación y manejo de la publicidad manejada por Asucap San Jorge.

La programación del canal comunitario Tv San Jorge tiene una duración de 4 horas diarias en los cuales existen diferentes programas como son Leyendas Ocultas, En profundidad, Amigos del campo, Área local, Sala 20 e Informativo Tv San Jorge entre otros; estos dos últimos manejan unas tortas de comerciales en las cuales yo soy el encargado de coordinar el registro de salida y entrada de cada uno de los comerciales, por lo tanto el encargado de la emisión de las tortas publicitarias.

Entre otras categorías de publicidad se maneja los banner dentro del magazine, Notas periodísticas, Recuadros y mensajes (misas y cumpleaños).

En esta actividad debo llevar el control de cada uno de los comerciales, promos, misas, cumpleaños y demás mensajes publicitarios que llegan al canal y sean emitidos correctamente.

Actividad 12. Elaboración de notas periodísticas para el magazine sala 20.

Dentro de mis actividades está el cubrimiento de eventos y notas periodísticas para el magazine sala 20 en conceptos como, Recomendados, Cocina, Ropa, Accesorios y toda la información relacionada con el magazine sala 20.

Diaria debo cumplir con tres notas

Actividad 13. Diseñar las diferentes promos y mensajes corporativos del canal comunitario Tv San Jorge.

Con el fin de tener informados a todos los televidentes del canal comunitario Tv San Jorge se crean diferentes promos con programas emitidos por el canal, y elaboro promos paraa cada una de las campañas a realizar.

Entre las diferentes promos realizadas se encuentras las siguientes:

Promos a Amigos del campo
Promos a Área local
Promos a visión deportiva
Promos a Leyendas Ocultas
Promos a En profundidad
Promos a Punto de vista
Promo programación mensual
Promo votaciones Comutv
Promos a Ventanas
Promos a Pilos
Promos a La gozadera
Promo Genérica Tv San Jorge
Promo casting leyendas ocultas
Cabezote Retro
Intro Sala 20
Promo Redes Sociales
Promo Navidad en reciclaje
Promo Recolección de mercados en navidad
Campaña buen uso del agua en carnavales
Campaña a la no utilización de la pólvora
Entre otros.

Actividad 14. Camarógrafo del magazine sala 20.

Gracias a los conocimientos de Conexiones Magazine Institucional de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, una de mis labores en el canal comunitario es la asistencia al manejo de cámaras en la emisión en vivo y en directo del magazine sala 20, esta actividad solo la llevo a cabo los jueves y viernes.

Actividad 15. Dirección de la generación de logos para el magazine sala 20 y navidad en familia.

Otra de mis actividades es la de general logos o créditos en programas como Magazine sala 20 y Retro, esta actividad se lleva a cabo todos los días y va en vivo y en directo.

Para llevar a cabo esta actividad se debe tener contacto con los invitados previamente antes de entrar al aire.

Actividad 16. Lectura de voz en off para el Informativo Tv San Jorge.

La lectura de algunas notas para el informativo Tv San Jorge es otra de mis actividades, estas son notas que realizan los periodistas encargados del Informativo y que nosotros somos los encargados de darle lectura a las mismas.

Actividad 17. Coordinación de Leyendas Ocultas (Programa del canal comunitario Tv San Jorge).

El canal comunitario Tv San Jorge llevo a cabo la producción de la tercer temporada de Leyendas Ocultas en los cuales mi obligación fue coordinar el último capítulo de este programa donde fui el encargado de, dirigir la logística para la grabación, coordinar la grabación, pietar, redactar y presentar la historia de este capítulo.

La grabación de este capítulo se llevó a cabo en el palacio municipal del Municipio de Ocaña en horas de 5:pm A 12:00 pm, en el cual se llevó a cabo la grabación con un grupo d actores locales escogidos por medio de un casting organizado días anteriores.

Actividad 18. Presentación en la seccione el RETO de navidad en familia.

Otra de mis actividades y tal vez de las que me ha costado más trabajo es la presentación de algunas secciones de programas como Navidad en familia, en esta oportunidad, presente la sección que se llama el RETO, donde buscamos en la calle una persona que se le mida a realizar una variedad de retos o pruebas con el fin de ganarse unos electrodomésticos.

Al igual presente un capítulo de leyendas ocultas.

Actividad 19. Producción del video oficial para los cumpleaños y fiestas de Ocaña.

Para los 433 años de Ocaña se está llevando a cabo la realización del video oficial de los cumpleaños, esta actividad se está logrando con la producción de la canción oficial de las fiestas y la producción de una pieza audiovisual.

4. DIAGNOSTICO FINAL

El proceso de pasantías en la Asociación de usuarios de la antena parabólica San Jorge de Ocaña Norte de Santander, logro dejar una experiencia tanto personal como laboral explorando los conocimientos obtenidos en el proceso académico como Comunicador Social.

Mi aporte profesional para la empresa fue incursionar en lo creativo en la innovación y creación de nuevos productos audiovisuales para la empresa, en esta oportunidad en el área organizacional se realizó la creación del VIDEO INSTITUCIONAL TESTIMONIAL ASUCAP, logrando llenar un vacío corporativo y de imagen de la empresa.

Igualmente la creación de productos audiovisuales como promocionales de los diferentes programas emitidos por el canal, dándole un ambiente moderno y actualizado para todos los televidentes.

En el ámbito personal ofrecí responsabilidad y cumplimiento con mis actividades asignadas, logrando un mejor desempeño y calidad en los trabajos.

5. CONCLUSIONES

Durante la ejecución del proyecto, basándonos en las diferentes fases que fueron llevadas a cabo de forma organizada, se obtuvo un resultado satisfactorio viéndose reflejado tanto en el público interno como en el público externo.

En la preproducción, producción y postproducción del video institucional testimonial surgieron las siguientes conclusiones.

La realización del video institucional testimonial de Asucap San Jorge se llevó a cabo en su totalidad, pese algunos inconvenientes que se presentaron en el proceso de grabación, como la no presencia de algunos administrativos y periodistas del canal por ser periodo vacacional para ellos.

Debido a la falta de una base de información detallada se retrasó el proceso de preproducción.

Luego de los resultados que arrojó el lanzamiento del video institucional testimonial, las directivas de Asucap San Jorge asignaron a la pieza audiovisual abrir emisión desde el mes de febrero en adelante, siendo esto un gran logro para los realizadores.

6. RECOMENDACIONES

Con la creación del video institucional testimonial de Asucap, se debe tener en cuenta la utilización en eventos especial como pieza importante en la imagen corporativa de la organización. Además tener presente en las diferentes emisiones en directo o pregrabadas la pieza audiovisual.

En la utilización de redes sociales es muy importante la imagen se recomienda la muestra de este video para que así tanto los clientes internos como los externos sea televidentes del mismo.

Implementar una mejor comunicación externa e interna de la empresa ya que se aumenta el sentido de pertenencia y cuando las personas se sienten identificadas con la organización, mejoran las relaciones laborales y sociales trasmitiendo una imagen positiva de la organización.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

Historia de Asucap [on line] disponible en internet en:
<http://www.tvsanjorge.com/asucap/historia/>

Misión y Visión de Asucap [on line] disponible en internet en:
<http://www.tvsanjorge.com/asucap/mision-y-vision/>

Objetivos y valores de Asucap [on line] disponible en internet en:
<http://www.tvsanjorge.com/asucap/objetivos-y-valores/>

Organigrama de Asucap [on line] disponible en internet en:
<http://www.tvsanjorge.com/asucap/organigrama/>

Producción de televisión [on line] disponible en internet en:
<http://www.cuci.udg.mx/sites/default/files/Manual%20de%20television.pdf>¹

Video Corporativo [on line] disponible en internet en:
http://www.medioclub.com.mx/Videos_Corporativos_Toluca.html

Televisión Comunitaria [on line] disponible en internet en:
http://www.cetic.edu.ve/files/ced/2006/medios_comunit/tv/que_es_tv_comunit/pantallas/pantalla_04.html

Imagen corporativa [on line] disponible en internet en:
<http://www.mtg.es/uploads/docs/Manual.pdf>

Audiovisual [on line] disponible en internet en:
http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=774

Guion técnico [on line] disponible en internet en:
http://earchivo.uc3m.es:8080/bitstream/handle/10016/16373/guion_tecnico_2013.pdf?sequence=5

Guion Literario [on line] disponible en internet en:
<http://www.uji.es/bin/organs/vices/vpusl/labcap/docs/manual/v5.pdf>

Comisión nacional de televisión [on line] disponible en internet en:
<http://abelsuing.wordpress.com/2009/07/09/marco-legal-sobre-la-tv-local-y-comunitaria-en-sudamerica/>

Derechos de autor [on line] disponible en internet en:
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=10551>
http://www.cide.edu.co/cidevirtual/file.php/1/Normatividad_Derechos_de_Autor.pdf

ANEXOS

Anexo A. Video institucional testimonial ASUCAP SAN JORGE

Ver Archivo adjunto

Anexo B. Fotografías de actividades anexas



Presentación de leyendas Ocultas



Notas periodísticas para el magazine sala 20



Lectura de voz off



Presentación del RETO



Video “VIVO MI OCAÑA”

