

IMPLEMENTACIÓN DE LA SECCIÓN LA VOZ DEL BARRIO  
PARA COSMOVISIÓN NOTICIAS

JOHANA CAROLINA ROMÁN FLÓREZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
CALDAS (ANTIOQUIA)  
2012

IMPLEMENTACIÓN DE LA SECCIÓN LA VOZ DEL BARRIO  
PARA COSMOVISIÓN NOTICIAS

JOHANA CAROLINA ROMÁN FLÓREZ

Trabajo de grado para optar el título de Comunicadora y Periodista

ASESOR  
JHON JAIME OSORIO OSORIO  
Comunicador y Periodista

CORPORACION UNIVERSITARIA LASALLISTA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
CALDAS (ANTIOQUIA)  
2012



## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

---

Caldas, 18 de enero de 2012

## DEDICATORIA

*Este trabajo es dedicado a Dios por permitirme vivir y tener una familia maravillosa; a mi familia, que han sido mis maestros y los creadores de este gran sueño de ser profesional; a mi madre que me ha dado la vida y me ha enseñado a ser la mujer pujante y con valores que soy, por creer en mí y brindarme todo su apoyo y amor en todos los momentos fáciles y difíciles; a mi papá porque me regaló el tesoro más grande que fue mi estudio, y hoy puedo ser la gran profesional que es merecedora de un título de comunicadora periodista; a mi hermano por apoyarme y muchas veces ayudarme a estudiar con temas que para él eran fáciles; a mi tío y mi prima por sentirse orgullosos de mí y creer en mis sueños y capacidades; a mi abuela por estar ahí cuando necesitaba que me dieran consejos y escucharan; A Juan Fernando, mi novio, por estar apoyándome, por creer en mí, por enseñarme y acompañarme durante este proceso. A ustedes, mi familia, les agradezco su presencia en mi vida y les devuelvo una pequeña parte de lo que todos ustedes han hecho por mí, este triunfo recíbanlo como una muestra de mi gratitud por todo el apoyo que me han brindado durante esta etapa de mi vida.*

*A mis profesores que durante cinco años me brindaron grandes conocimientos y en este momento me permiten desarrollarme como una gran profesional, muchas gracias a ellos por la paciencia y por no solo ser grandes maestros sino también grandes amigos.*

*A aquellas personas que creyeron en mí, que me apoyaron y brindaron su confianza. A los que me enseñaron que es una verdadera amistad Liz Gómez, Cata Álvarez y Taty Sánchez, que durante mi carrera fueron mis amigas, compañeras de trabajo, fueron mi gran equipo.*

*A mis compañeros de Cosmovisión Noticias que reforzaron mis conocimientos, estuvieron ahí enseñándome, escuchándome y apoyando mis ideas, permitiéndome ser importante en su equipo de trabajo.*

*Les agradezco a todos por haber llegado a mi vida, brindarme tantas enseñanzas y dejar tantas cosas bonitas, lo cual me ha ayudado a crecer tanto profesional como personalmente. Gracias por formar parte de mi vida y contribuir en lo que soy en este momento.*

## **AGRADECIMIENTOS**

*Agradezco aquellas personas que han creído en mi y han luchado por brindarme lo mejor para crecer como persona y profesionalmente; a mi asesor Jhon Jaime Osorio por ser mi guía durante mi práctica profesional; a mi jefe Mario Felipe Vargas, Director de Cosmovisión Noticias, por darme la oportunidad de entrar a este medio; a Oscar Mario Correa por creer en mí y darme alas para seguir obteniendo conocimientos, a mis compañeros de trabajo por ayudarme cuando lo necesitaba, a Eduardo Grajales por enseñarme a editar en el programa premier y ayudarme a tener confianza de que si podía lograr todo lo que me proponía durante mi práctica. Mil gracias a mis amigas de la universidad por ser tan incondicionales, por regalarme su tiempo y compañía durante este proceso.*

## **TABLA DE CONTENIDO**

LISTA DE GRÁFICOS	7
INTRODUCCIÓN	10
1.DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	11
Empresa: Cosmovisión Ltda.	11
1.1 MISIÓN:	11
1.2 VISIÓN:	11
1.3 HISTORIA:	11
1.4 PROGRAMACIÓN:	12
1.6 COSMOVISIÓN NOTICIAS	14
2.1 GENERALIDADES:	15
2.2 DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA:	15
3.1 INTRODUCCIÓN	19
3.2 OBJETIVOS DEL TRABAJO DE PRÁCTICA	20
4. MARCO TEÓRICO	21
4.4 CLASES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	23
4.5 RELACIÓN DE COMUNIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	24
5. Cronograma	24
BIBLIOGRAFÍA	27

**LISTA DE GRÁFICOS**

Gráfico 1 Organigrama.....13

Gráfico 2 Promedio de notas realizadas por mes. ....18

## **RESUMEN**

Durante la realización de la práctica en la Empresa Cosmovisión Limitada– en el área del noticiero (Cosmovisión Noticias), obtuve grandes conocimientos y pude observar algunas falencias que tenían como noticiero, con las ganas de proponer e implementar en el trabajo con la comunidad me motive a implementar una sección donde la comunidad, los líderes barriales y los diferentes barrios de la ciudad de Medellín sean los protagonistas principales.

La sección llevaría como nombre “LA VOZ DEL BARRIO” teniendo como objetivo Escuchar cada una de las problemáticas y nuevos proyectos de las diferentes comunidades, ya que es de gran importancia escuchar y alertar a las entidades gubernamentales sobre lo que se vive en la ciudad.



## ABSTRACT

During the conduct of the practice in the company Cosmovisión Limitada, in the area of news (Cosmovisión Noticias), got great knowledge and I saw some flaws they had as news, with the desire to propose and implement in work with the community motivates me to implement a section where the community, neighborhood leaders and the various neighborhoods of the city of Medellin are the main protagonists.

The section would have the name "LA VOZ DEL BARRIO" aiming to listen to each of the issues and new projects in different communities, since it is very important to listen and to alert government agencies about what lives in the city.

## INTRODUCCIÓN

Con el objetivo de integrar a la comunidad de los diferentes barrios de la ciudad de Medellín con el canal Cosmovisión, especialmente con Cosmovisión Noticias se propone la implementación de una sección llamada “LA VOZ DEL BARRIO”, con esta sección se puede hacer un llamado de atención a las entidades gubernamentales sobre los problemas que tiene los diferentes barrios de la ciudad.

Al Implantar la sección no solo se busca la solución a una problemática, sino también el reconocimiento de los líderes comunitarios o juntas de acción comunal, generado sentido de pertenencia entre el noticiero y las personas, volviéndose un medio de gran importancia para las diferentes personas de Medellín.

## 1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

**Empresa:** Cosmovisión Ltda.

**Dirección:** Carrera 53 # 29 a 130 4to. Piso

**Teléfono:** 444 63 36

**Nit:** 800 063. 563

### 1.1 MISIÓN:

Cosmovisión es una Empresa dedicada a entretener, formar, informar y comercializar servicios de comunicaciones, fomentando los valores de la comunidad hispana por medio de contenidos útiles. Para tal fin, empleará personas idóneas y honestas, con sentido de pertenencia, y alta capacidad de trabajo en equipo. Soportado en sus principios y valores de respeto por el televidente, por el producto y la libertad de expresión. Siendo nuestro principal reto asegurar la calidad de las actividades que hace parte de este proceso.

### 1.2 VISIÓN:

En el 2012 Seremos una empresa líder en televisión a través de los sistemas integrales de Telecomunicaciones existentes en el mercado con contenidos de excelente calidad, con un cubrimiento Nacional, y una penetración en las comunidades hispanas del mundo.

### 1.3 HISTORIA:

La empresa Cosmovisión limitada fue creada el 19 de febrero de 1986, por uno jóvenes antioqueños que decidieron crear su propia empresa. El canal inició como productora y programadora de televisión, dedicándose a la realización de servicios de producciones y materiales audiovisuales como videos institucionales, comerciales y programas de televisión. Su primera realización fue "Por los caminos de Antioquia" el cual fue producido para el canal regional Teleantioquia y tuvo éxito ya que se mostraban los pueblos y municipios de nuestra geografía.

Años más tarde Cosmovisión incursionó en la producción de los seriados y durante siete años consecutivos posiciona dos programas insignia en Antioquia en alianza estratégica con Teleantioquia; Muy Masculino, dirigido al hombre contemporáneo y Complicidades; dirigido a las amas de casa, ambos de corte magazín.

El 14 de julio de 2005, El canal Cosmovisión hizo su primera emisión como canal privado, el cual se ha caracterizado por sus valores como la independencia, la imparcialidad y la autenticidad.

#### **1.4 PROGRAMACIÓN:**

El canal ofrece a sus televidentes propuestas innovadoras y una excelente oportunidad de entrenamiento e información a través de su variada programación, con temas sobre familia, moda, salud, automotores, tecnología entre otros.

También cabe destacar que producciones Cosmovisión Ltda. Ha logrado grandes proyectos que nacieron de ideas novedosas como “Air TV Cosmovisión”, La televisión de los aeropuertos. En Bogotá D.C; El Dorado y El Puente Aéreo, en Medellín Enrique Olaya Herrera, en Rionegro, José María Córdoba, y Alfonso Bonilla Aragón; en Cali, esta iniciativa, que actualmente funciona por su versatilidad de programación.

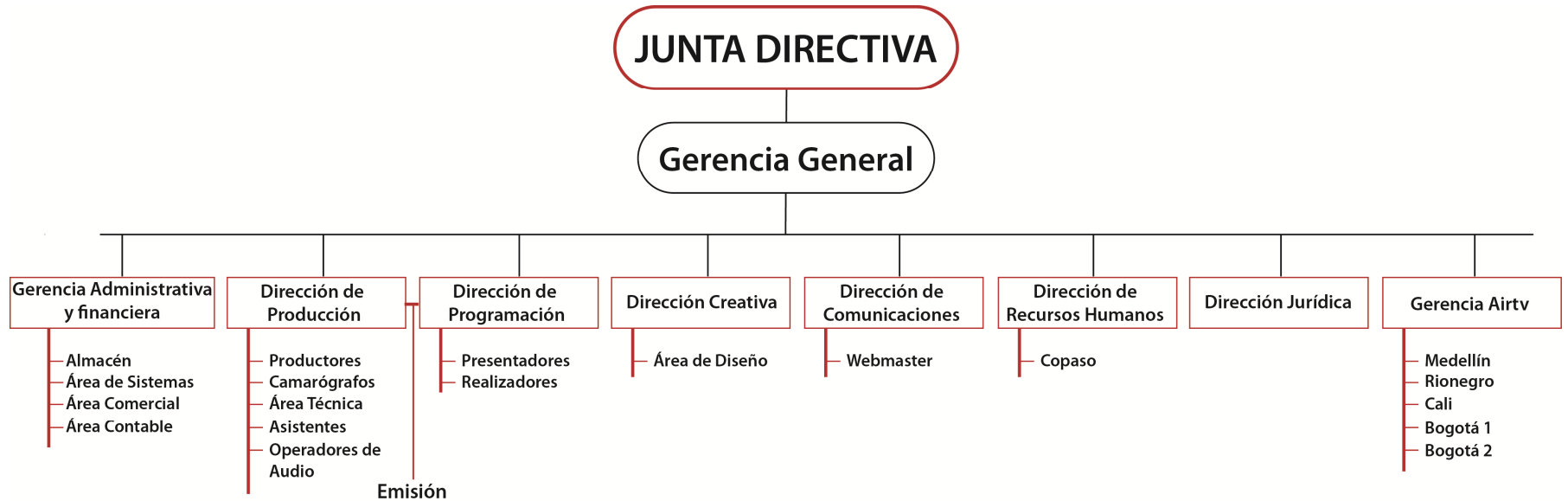
La señal del canal Cosmovisión llega a gran parte del territorio colombiano a través de sistemas de cables como Une (canal 10), Telmex (canal 14), Cable Bello, Teleenvigado, Canales Comunitarios y la señal internacional a los Estados Unidos a través de los Sistemas de cables como Telemedia, Comcast, Bighthouse Networks, Disht, Cablevisión y Chater Communication.

El canal Cosmovisión llega a través de las señales de cable de TELMEX, UNE Y CABLE BELLO, según el IBOPE el Canal Cosmovisión llega al 84% de los municipios de Antioquia.

El canal Cosmovisión cuenta en su staff con un amplio grupo de comunicadores, programas en vivo y en directo de lunes a viernes, garantizando una cobertura actualizada de los contenidos. Sus exclusivos sets de grabación son una fortaleza ya que garantiza una identidad única a cada programa.

El canal ofrece diferentes modalidades de pautas comerciales que permite al cliente mayor creatividad al dar a conocer sus productos o servicios marcando factores diferenciadores. El canal cuenta con un equipo de ventas y paquetes especializados para lograr al Público objetivo de cada marc

Gráfico 1 Organigrama



## **1.6 COSMOVISIÓN NOTICIAS**

El 12 de marzo de 2007 Cosmovisión Noticias inicio con su primera emisión con el propósito de enfocarse solo a la información local y de la ciudad sin olvidarse de la información global. Tenían como idea que este informativo tuviera tres emisiones en semana y dos el fin de semana, contando con un equipo periodístico de siete personas y el apoyo del sistema informativo de diferentes medios de comunicación. Siendo este el primer noticiero de carácter privado que se hace en la región, para esto se realizaron capacitaciones con el periodista Óscar Ritoré.

Una de las innovaciones de Cosmovisión Noticias fue el set y las nuevas caras de la presentación. El equipo básico de conducción del noticiero estaba a cargo de Sandra Posada, Mauricio González, Margarita Corrales, entre otros.

Actualmente el noticiero cuenta con la presentación de Sandra Valencia y Cesar Álvarez, un periodista de económicas, dos de deportes y tres de generales, un editor grafico, el practicante y tres camarógrafos. Aunque lo pensado era realizar tres emisiones diarias en semana y dos el fin de semana el noticiero cuenta con una emisión diaria (8:00 pm).

Cosmovisión Noticias se divide en cuatro bloques; en el primero se muestran las noticias más importantes de la ciudad, en el segundo las notas económicas e internacionales, en el tercero la información deportiva y en la cuarta una o dos notas culturales sobre lo que pasa en Medellín.

## **2. INFORME DE GESTIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL**

### **2.1 GENERALIDADES:**

**Inicio:** 18 de julio de 2011

**Termino:** 13 de enero de 2012

**Total de horas acumuladas:** 1.248 horas

### **2.2 DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA:**

#### **2.2.1 Realización de las noticias internacionales:**

En esta sección se debía tener en cuenta las noticias o informes más importantes que se realizaran a nivel mundial, para esto se tiene un sistema satelital con NTN 24 (Nuestra Tele Noticias) en el cual se podían capturar fulles e imágenes de apoyo. En esta sección se realiza un promedio de dos noticias, las cuales no son diarias. Para desarrollar la sección de internacionales el practicante debe seguir los siguientes pasos:

- Estar actualizado de lo que pasa mundialmente.
- Identificar las noticias más importantes y elegir dos de ellas con el director del noticiero
- Capturar imágenes y fulles importantes del acontecimiento.
- Realizar los textos e investigar sobre el tema.
- Editar las notas que se van a sacar al aire; para este paso el practicante debe tener uso de las herramientas básicas del programa de edición premier.

#### **2.2.2 Realización de la sección cultural:**

La sección zona 11, la consiste en informar de los diferentes acontecimientos culturales y de entretenimiento de la ciudad de Medellín. Para el desarrollo de esta sección se sigue los siguientes pasos:

- Se asiste a diferentes ruedas de prensa o se utiliza diferentes medios de comunicación para saber que se desarrollaba durante esa semana en la ciudad.
- Los días lunes se realiza el libreto, con los innes de la semana para grabar en la tarde con la presentadora de la sección.
- Durante la semana se realiza la edición de de las notas correspondientes al día.

Esta sección dura aproximadamente un minuto treinta segundos, se inicio con dos notas culturales y un avance de un programa del canal.

### **2.2.3 Apoyo al director del noticiero en el área de coordinación:**

Se apoya al director cumpliendo las siguientes funciones:

- Realizando textos de las noticias más importantes y enviando imágenes y videos al webmaster para subirlas a la página web del canal.
- Enviando cada una de las noticias a las carpetas Vtnoticiero y Vt5 que son las del master; esta actividad se realiza horas antes de que la emisión salga al aire.
- Durante el mes de diciembre se empezaron a realizar avances informativos desde la 1: 00 pm, el practicante debía estar pendiente de cada uno de los avances para que los periodistas cumplieran con los horarios y fueran emitidos a la hora adecuada.

### **2.2.4 Realización de reportaría en las diferentes fuentes:**

Durante el periodo de práctica el practicante ayuda a los diferentes periodistas a cubrir las diferentes fuentes (Orden Público, Gobernación, Alcaldía, Deportes, Salud, entre otras) y a desarrollar la noticia (buscar fuentes oficiales, escribir texto, capturar el full e imágenes de apoyo, grabar voz en off y editar la nota).

### **2.2.5 Realizar actividades de edición:**

Para realizar diferentes labores del noticiero es importante saber las herramientas básicas del programa Premier; ya que tanto periodistas como practicante debe editar sus propias notas.

#### **Para editar es importante saber:**

- Transiciones de audio y vídeo.
- Efectos de audio y vídeo.
- Nivelación de los dos canales de audio.
- Realización de créditos y cifras.
- Efectos en imágenes o fotografías.
- Para el buen desarrollo de una edición es importante tener en cuenta el sonido ambiente, el cual ayuda a tomar fuerza a la nota.

### **2.2.5 Ingreso de vales:**

Durante el día los periodistas se desplazan con móviles. El practicante cumple con la función de estar pendiente de llamar a pedir los taxis para cada uno de ellos, al finalizar el día o la semana ingresar el nombre del periodista, lugar donde se recogió y el valor que tuvo la carrera en el sistema, para así llevar un control sobre el uso de estos vales.



### **2.2.6 Durante el mes de diciembre se implementaron otras actividades:**

**La cifra del día:** Desde principio del mes de diciembre se implemento un dato curioso para los televidentes el cual fue llamado “LA CIFRA DEL DÍA”; esta consiste en realizar una pregunta curiosa la cual se emite durante el primer bloque del noticiero y la respuesta en el segundo bloque. Esta cifra salía de una de las noticias más relevantes del día.

Para la realización de esta cifra se debe seguir los siguientes pasos:

- Se reúne con el director para plantear cual va ser la cifra
- El editor del noticiero graba la voz en off
- El practicante realiza la edición

### **Realización de avances informativos:**

A demás de apoyar al director enviando avances, el practicante también los realiza ya sea de una nota importante o su fuente cultural o internacional, para este ya se tenían las cortinillas solo se capturaba una parte importante de la nota con el fin de dejar al televidente con un poco de información.

Durante el primer mes de práctica realice 16 notas las cuales ayudaron a mejora el tono de voz y aprender herramienta básicas de la edición, estas notas pertenecen a la sección de zona 11. Al coger más práctica y agilidad en la edición para el segundo mes ya estaba desarrollando 35 notas entre ellas internacionales y zona 11, para el mes de septiembre ya desarrollaba notas de otras fuentes como orden público y alcaldía lo que me dio un total de 45 notas al mes, a partir de este mes empecé a realizar reportaría y a conocer colegas, en el siguiente mes aparte de realizar la secciones encargadas y notas de otras fuente aprendí a realizar columnas de opinión para la televisión lo cual fue importante debido a los diferentes contactos que ya tenía. Para los mese de noviembre y diciembre era más grande la responsabilidad en la calidad de notas durante estos meses se realizo un promedio de 35 notas al mes (Ver gráfico 1).

Gráfico 2 Promedio de notas realizadas por mes.



### **3. PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DE LA SECCIÓN: “LA VOZ DEL BARRIO”**

#### **3.1 INTRODUCCIÓN**

“La voz del barrio” será una sección de Cosmovisión Noticias que buscará a través de crónicas, reportajes, entrevistas y noticias visibilizar el trabajo de muchos líderes comunales en pro del desarrollo de cada una de las comunas de la ciudad de Medellín. Igualmente se espera que ante las dificultades que se tengan en materia de seguridad, educación, deportes, cultura y economía hacer un puente con las autoridades competentes para solucionar con prontitud cada uno de estos problemas.

Además, se espera hacer visible aquellos proyectos e iniciativas que vienen gestionando estos líderes para que puedan tener el apoyo necesario y así el impacto social sea eficaz y verdaderamente relevante para cada una de estas comunidades.

Para lograr impacto con esta sección, se contará con un personal periodístico e investigativo que tendrá a mano cámaras profesionales, micrófonos, luces, equipos de edición y un canal de transmisión para que el producto llegue al público al que será enfocada “la voz del barrio”.

Los líderes barriales tendrán en esta sección un espacio adecuado para que toda la ciudad de Medellín conozca la realidad en la que se viven las diferentes comunas y corregimientos de la ciudad, además se podrá dar a conocer la importancia del trabajo de las juntas administradoras locales, juntas de acción comunal y otras asociaciones barriales para mejorarle la calidad de vida a los habitantes de la ciudad.

“La voz del barrio” es un proyecto social que busca lograr una mayor interacción entre la comunidad de la ciudad de Medellín y Cosmovisión Noticias para generar mayor reconocimiento de la sociedad presentando gran beneficio al noticiero. Esta interacción puede incrementar el número de los televidentes generando sentido de pertenencia no solo por el noticiero sino también por el canal Cosmovisión.

## **3.2 OBJETIVOS DEL TRABAJO DE PRÁCTICA**

### **3.2.1 Objetivo general:**

- Crear una sección en el noticiero del canal Cosmovisión en el que las personas de diferentes lugares de Medellín puedan expresar sus dificultades y proyectos de cada uno de sus barrios.

### **3.2.2 Objetivos específicos:**

- Motivar a las diferentes personas de la ciudad a hacer denuncias y a aprovechar el espacio del canal para contar sus ideas y proyectos, ya sean positivas o negativas de lo ocurrido en Medellín.
- Identificar hechos ocurridos en las diferentes zonas en la capital de Antioquia.
- Lograr que el noticiero sea un canal importante para la solución o difusión del trabajo comunitario de cada uno de los líderes barriales.
- Vincular a la población de la región con el noticiero ya que por este medio se pueden ver reflejados sus historias y sus barrios.

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1 LA TELEVISIÓN INFORMATIVA

Para el desarrollo teórico de esta investigación, es importante ampliar los ejes temáticos que hacen parte de la construcción de toda la base sólida que implica reconocer la importancia de la televisión informativa dentro de la comunidad, por eso se debe empezar por conocer el término de televisión informativa que en gran medida encierra el enfoque dentro del cual se está estudiando la importancia de suministrarle información precisa y adecuada a los televidentes.

Aunque son múltiples las definiciones, es importante señalar algunos conceptos de dicha palabra:

“Hacer noticias y producir informativos de televisión no es tan simple como uno se imagina ya que, más allá de las destrezas del periodista, el camarógrafo y el editor, consiste en representar a una sociedad, fortalecer una democracia y promover un escenario de diálogo social”<sup>1</sup> desde el punto de vista de esta definición es importante destacar la palabra información la cual no solo alimenta la televisión sino también cualquier medio de comunicación, dando a conocer el qué pasa, dónde pasa, hasta qué punto nos afecta y quiénes protagonizan el hecho noticioso.

Según la Revista Latina de Comunicaciones la televisión informativa es “un mensaje periodístico que utiliza como soporte de la información la imagen. No es más que la retransmisión de la información a través de un medio con unas características determinadas”<sup>2</sup> así mismo para Juan Tomás Frutos la televisión informativa es “un lenguaje que no solo se caracteriza por el texto, sino también por la imagen, el sonido, la voz y otros elementos que lo convierten en un vehículo del pensamiento más complejo y que merece una mayor coordinación para transmitir un resultado: el mensaje audiovisual”<sup>3</sup>

Estas definiciones son importantes para entender el objetivo esencial de la televisión informativa en el entorno social, estas teorías son de suma importancia porque permiten que se respalde la necesidad de generar noticias por medio de textos, imágenes o productos audiovisuales a través de los medios de comunicación

---

<sup>1</sup> Rincón, Omar. Televisión: pantalla e identidad. Latinoamerica: Ed. El conejo Hill, 2005. P.91

<sup>2</sup> Revista Latina de Comunicaciones .El discurso de la televisión en España. Abril 4 de 1998

<sup>3</sup> Frutos, Juan Tomas. El lenguaje en televisión  
<http://www.um.es/campusdigital/Cultural/lenguaje%20TVE.htm>

## **4.2 LA COMUNIDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Comunidad es un grupo de seres humanos o individuos que comparten elementos o cosas en común, como lo son las costumbres, el idioma, los valores, la visión del mundo, ubicación geográfica, estatus social, roles, entre otros. La comunidad crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos de comunidades. Un grupo de individuos se une bajo la necesidad de un bien común o un objetivo específico. Mirando el término comunidad desde el libro ayudantes de mi comunidad del autor Bobbie Kalman “una comunidad es un lugar donde viven y trabajan juntas muchas personas y para lograr conformar una comunidad se necesitan de edificios donde las personas puedan vivir y trabajar, también se necesita de electricidad y agua para poder sobre vivir”<sup>4</sup> durante la evolución de las comunidades se han podido destacar líderes comunitarios los cuales se encargan de ayudar a la sociedad de un sector específico.

## **4.3 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Muchas de las personas desconocen el significado y la importancia que tienen los medios de comunicación dentro de la vida y su entorno social, es por esto que para algunos los medios de comunicación son la manera más rápida y eficaz de dar a conocer un mensaje, mientras para otros solo es el vehículo de manipulación dentro del ámbito social, por tal motivo es importante conocer la participación que estos tienen en la sociedad.

Un medio de comunicación es una herramienta mediante la cual se informa o comunica de forma masiva, es por esto que los miembros de una comunidad se enteran de los diferentes acontecimientos ya sea a nivel, mundial, nacional o local. Los medios de comunicación son la representación física de la información de los acontecimientos sociales, económicos, políticos, deportivos, entre otros del mundo.

Por tal motivo cada día los medios de comunicación se convierten en herramientas esenciales e indispensables en la vida cotidiana de la comunidad, hoy en día las nuevas tecnologías de la comunicación e información hacen parte de la vida cotidiana del ser humano, “las fuentes del saber se expanden y se multiplican llegando a todos los rincones del planeta. No es posible conocer lo que ocurre a nuestro alrededor sin recurrir a ellas”<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> KALMAN, Bobbie. *Ayudantes de mi comunidad*. Crabtree Publishing Company p. 4,5,6

<sup>5</sup> PEREZ TORNERO, José Manuel. *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Barcelona. 2000 p. 37

## 4.4 CLASES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

**4.4.1 Medios radiofónicos:** la radio es el medio que hace parte de esta clasificación, la importancia radica en que es el medio con más prontitud al comunicar una información, debido a que no necesita apoyarse en instrumentos visuales simplemente en narrar hechos y situaciones ya sea en el lugar de los hechos o en una cabina de sonido. A pesar del tiempo en la actualidad tiene gran alcance y sigue conservando la inmediatez e importancia de siempre.

**4.4.2 Medios impresos:** dentro de este grupo se clasifican todas aquellas publicaciones impresas en papel que tengan el objetivo de informar y transmitir algo. Este tipo de medios se utiliza con mayor frecuencia en organizaciones ya que su difusión y distribución se hace de manera más detallada y concreta con la finalidad de que la publicación llegue a las personas que en realidad si les interesa la información. Dentro de los medios impresos se clasifican las revistas, los periódicos, los magazines, los folletos, los boletines entre otros.

**4.4.3 Medios digitales:** también llamados "nuevas tecnologías". Estos son los medios que en la actualidad están más posicionados, debido a la inmediatez y a la facilidad de acceder a cualquier tipo de información, la rapidez y la creatividad que utilizan para comunicar, hacen de estos medios una herramienta muy atractiva y llena de recursos, lo que hace que cada día tengan más acogida; La facilidad no es solo para las personas que acceden a la información de la red sino también para aquellas que la transmiten debido a los bajos costos y al acceso ilimitado de información y recursos que ofrece ya que por medio de estos medios impresos se puede crear, expresar, interactuar, diseñar, informar y comunicar.

**4.4.4 Medios audiovisuales:** son aquellos que se basan en imágenes y sonidos para expresar la información, dentro de este grupo de medios se encuentran la televisión y el cine aunque, este último no es tenido en cuenta cuando se habla de medios de comunicación informativos, puesto que se lo considera más como un medio de entretenimiento cultural; mientras que la televisión, es en la actualidad el medio más masivo por su rapidez, por la cantidad de recursos que utiliza y, sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente.

#### 4.5 RELACIÓN DE COMUNIDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios en general son esenciales para llegar a la comunidad ya que componen una forma clara y precisa de hacerse notar dentro de la sociedad y destacar sus labores desempeñadas y necesidades, es por esto que Omar Rincón en su libro Televisión pantalla e identidad dice “que un programa de noticias se debe convertir en el lugar de los acuerdos entre todos los que producen la información”<sup>6</sup> por esta razón se puede considerar que los medios audiovisuales son una herramienta para ilustrar y contar los acontecimientos de los hechos noticiosos, rincón también expresa “ que los directores, productores, realizadores , editores, periodistas y camarógrafos deben tener al país, región o localidad metidos en la cabeza, imaginar al mundo más allá de lo escandaloso/sensacionalista y establecer criterios sobre la sociedad que se quiere tener”<sup>7</sup>

#### 5. Cronograma

Actividades	AÑO 2011-1					
	JULIO	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC
Diseño del proyecto	x					
Selección de la información		x				
Formar vínculos con líderes comunitarios			x			
Conocimiento del entorno social				X	X	
Realización de algunas notas comunitarias						X

<sup>6</sup> RINCÓN, Omar. Televisión: pantalla e identidad.Latinoamerica: Ed. El conejo Hill, 2005. P.91,92

<sup>7</sup> RINCÓN, Omar.Televisión: pantalla e identidad.Latinoamerica: Ed. El conejo Hill,2005.p.92



## 6. CONCLUSIONES

- Es importante saber transmitir la información a los televidentes.
- El lenguaje audiovisual es importante para el medio informativo.
- El mayor obstáculo de un practicante, es el de superar la timidez y enfrentarse al mundo laboral.
- Se obtuvo conocimientos y experiencias nuevas lo cual sirve de impulso para proyectarse a ser cada vez más competente en el campo laboral.
- Un periodista siempre debe verificar la información antes de transmitirla.
- Cuando hay una denuncia noticiosa es importante realizar una investigación donde se entrevisten las dos partes del hecho noticioso.

## **7. RECOMENDACIONES**

### **7.1 PARA COSMOVISIÓN:**

- Es importante implementar más tecnología en el noticiero, para así poder lograr mejor calidad en las notas.
- Capacitaciones permanentes de programas de edición, para mejorar efectos y dar un buen uso a las herramientas de trabajo.
- Actualizaciones de software.
- Mejorar el manejo de la red informática, para mayor agilidad a la hora de trabajar en red.

### **7.2 PARA LA UNIVERSIDAD:**

- Desarrollar una materia en donde se enseñe a los alumnos a utilizar diferentes programas de edición.
- La materia de televisión debe ser más práctica y enfocarla al medio noticioso de la televisión; para que así los alumnos aprendan cada una de las herramientas básicas para llevar a cabo en la vida profesional.
- Realizar visitas a los diferentes medios para tener capacitaciones y conocer un poco acerca de estos.

## BIBLIOGRAFÍA

BOTERO, Luis Horacio. Teoría de públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación. INVest impresiones. Medellín, 2006.

CAVARICO Edda. Sala de redacción. Editores asociados. Bogotá Colombia. 1979. EL TIEMPO, manual de redacción. Casa editorial El Tiempo. Bogotá Colombia, 1995.

FERNÁNDEZ Guido. Agonía al ahora del cierre. Editorial Trillas. México. D.F. 1994.

*Internet como fuente periodística. Fuentes Ana Delia. 2002 [en línea].*  
<<http://www.eniacsoluciones.com.ar>> [Citado el 13 de Enero de 2012]

Management-Communication-for-UndergraduatesFall2002/7746E2D2-1D52-4845-97EF-46A9E123FD4D/0/mediarelations.pdf [en línea].  
<<http://mit.ocw.universia.net/15.279/NR/rdonlyres/Sloan-School-of-Management/15-279>> [Citado el 13 de Enero de 2012]

MARTINI Stella. Periodismo, Noticia y Noticiabilidad. Grupo Editorial Norma. Colombia. 2000.

MOUJÁN, Hugo. Cómo hacer prensa. Editorial Longseller. Buenos Aires, Argentina. 2003. Página 7.

OSORIO, Jhon y Sánchez Diego. El boletín de prensa. Fundamentos, propósitos y pistas para su elaboración. L. Vieco e hijas. Medellín, febrero de 2005.

Relaciones con los Medios. Universia.net. [en línea].  
<<http://mit.ocw.universia.net/15.279/OcwWeb/Sloan-School-of-Management/15-279Management-Communication-for-UndergraduatesFall2002/LectureNotes/>>  
[Citado el 13 de Enero de 2012]

SÁNCHEZ, Uriel. Más mediados que comunicados. Enunciación de un problema. En: Pensar la comunicación. Reflexiones y avances de investigación. Litografía Dinámica. Universidad de Medellín, enero de 2006. Página 3003.