

## PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA EL CANAL COMUNITARIO CCM TV DE LA CORPORACIÓN PRO-ACODEMA DEL MUNICIPIO DE MARINILLA



Jaime Andrés Marín Marín \*

---

### RESUMEN

El texto hace parte del informe de práctica profesional realizada por el autor en el canal comunitario CCM TV- del Municipio de Marinilla-Antioquia. Presenta la propuesta para mejorar los programas: Crónicas de mi pueblo, Estación Zero, CCM Noticias y La Fonda Popular.

Desarrolla la idea creativa de un programa musical denominado Acústico. El Municipio de Marinilla está ubicado a 47 kilómetros de Medellín, cuenta 48.585 habitantes.

**Palabras Claves:** Canal comunitario, parrilla de programación, Proacadema TV

### SUMMARY

The text is about of the report of professional practice by the author in the community channel CCM TV- of Marinilla Municipality of Antioquia. It presents the proposal to improve programs “Crónicas de mi pueblo, Estación Zero, CCM Noticias y La Fonda Popular” .

Develops the creative idea of a musical program called Acústico. The Municipality of Marinilla is located 47 kilometers from Medellín, has 48,585 in habitants.

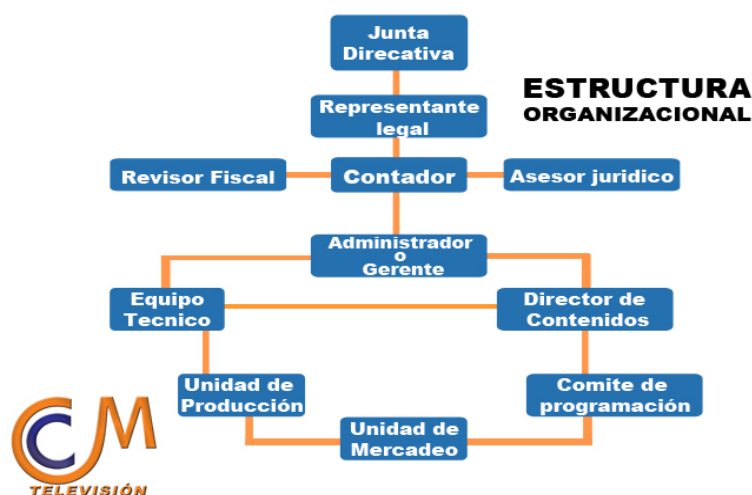
**Key Words:** Community chanel, programming gird, TV proacadema.

## Introducción

El canal comunitario Corporación Pro-Acodema- CCM Televisión está localizado en Marinilla-Antioquia. La Comisión Nacional de Televisión le otorgó la licencia, para su funcionamiento el 19 de septiembre de 2003. Pro-Acodema es una entidad sin ánimo de lucro que emite producción propia y cuenta con servicio de cableado para la recepción de otras señales. Emite también material que le provee el Ministerio de Cultura y otras entidades gubernamentales. Su producción propia semanal es de 50.5 horas; emite de lunes a viernes de 3:00pm a 9:00pm, sábados y domingos de 10:00 am a 6:00 pm.

La solidaridad es uno de los valores claves del quehacer de la Corporación y de su Canal. En éste, se cumple con los fines esenciales de la televisión: divertir, educar e informar. Emiten principalmente las actividades que se realizan en el municipio, tanto las realizadas por el sector oficial, como en el educativo y el privado. Tiene como principio fundamental el servicio a la comunidad, las manifestaciones culturales y las inquietudes ciudadanas, convirtiendo a los habitantes de Marinilla en actores de su propia historia y constructores de su desarrollo futuro, de manera que pasen de ser solamente espectadores a protagonistas de todo lo que sucede en su entorno.

La estructura organizativa de CCM Televisión la componen: Junta Directiva [1], Representante Legal [2], el Revisor Fiscal [3], Contador [4], Asesor Jurídico [5], Administrador [5], Director de contenidos [6], Comité de Programación [7], Unidad de Mercadeo [8], Unidad de Producción [9], Equipo Técnico [10].



## Parrilla de Programación

Para establecer una parrilla de programación por franjas primero se debe tener en cuenta su clasificación y el reglamento que aplica en Colombia. La experiencia del Planificador de Medios y los estudios de eficiencia que hacen las agencias y centrales de medios, a través de los optimizadores de pauta, han llevado a la conclusión que la efectividad en la programación depende del análisis de los horarios y la audiencia. Con la diversidad de franjas y perfiles de programación, se pueden lograr planes eficientes de excelente rentabilidad.

Para el manejo de pautas en TV se han definido 4 franjas de audiencia así: Day time entre las 6:00 am y las 12:00 m, Earlyfringe, entre las 12 y las 19 horas, Prime time, entre las 19 y 22:30 horas, Late fringe, desde las 22:30 hasta el cierre.

«... las normas establecidas por la Ley 182 y la Ley 335, la CNTV mediante el Acuerdo en mención, clasifica los espacios de televisión según el tipo de audiencia habitual, cuyas características determinan la naturaleza y horario de la programación a emitir. Con base en ello, se establecen las siguientes franjas: Infantil, familiar y

adultos. Así mismo, los clasifica en atención a su potencial de audiencia, de la siguiente manera: AAA, AA, A, BB, B, C y D, los cuales se tendrán en cuenta para efectos de facturación en las Cadenas Uno y A, y para determinar el valor de las sanciones para los concesionarios de espacios de televisión en éstas y de los operadores de televisión en el nivel de cubrimiento nacional».

Se entiende por espacio de televisión, la unidad de tiempo determinada que se utiliza para transmitir material audiovisual a través de los canales de televisión. Los espacios de televisión se clasifican según el tipo de audiencia habitual, cuyas características determinan la naturaleza y horario de la programación a emitir.

## Programas y propuestas de mejoramiento [12]

### 1. Crónicas de mi pueblo

Espacio donde se resaltan los personajes, lugares e historias que se viven en el municipio de Marinilla, se emite semanalmente todos los martes a las 18 horas con repetición todos los jueves a las 18 horas. Los objetivos de éste son:

- Resaltar la importancia de personajes cotidianos como campesinos, artistas, maestros y todos aquellos que hacen parte de la idiosincrasia del Municipio; vivencias e historias que enorgullece a los “Marinillos”.
- Reconocer a todos los personajes que aportaron y siguen aportando al crecimiento del municipio.
- Recordar los diferentes sitios históricos que hacen parte del patrimonio cultural y que aún hoy recuerdan nuestros orígenes.

El programa cuenta con 7 años al aire. La presentación del programa está a cargo de Fernando Castaño, él también se encarga de la producción; busca historias y personajes de interés para el programa. La estructura narrativa del programa es la crónica. Entre las historias presentadas están la de mujeres emprendedoras, métodos de enseñanza de los profesores de la zona, cultura, personajes como artistas de la región, etc. La audiencia o target del programa es un público adulto mayor de 20 años.

### Propuesta de Mejoramiento

**Recursos visuales y televisivos:** para contextualizar cada crónica se emplearan diferentes locaciones, acordes a la historia que se desarrolle en cada programa. Se grabaran fachadas, parques y casas que hagan referencia a las historias que va narrando cada personaje. La estructura del programa será lineal dividiéndolo en 2 tiempos (pasado y presente). Pasado: una voz en off da inicio al programa contando quién es el personaje del programa y nos irá dando datos claves de la historia.

**Entrevista:** Fernando Castaño entrevistará al personaje clave que desarrollará la historia y que reforzará la información que se presenta en la voz en off. Con voz en off se contará lo más destacado del personaje, teniendo presente su aporte al Municipio. Se deberá contar con testimonios de otras personas que puedan ayudar a dinamizar la historia, se deben procurar datos diferentes al del personaje clave y que sean del interés para el público.

**Presente Off:** con esta voz se pretende resaltar hechos presentes del personaje. El presentador, Fernando Castaño, se reunirá con el personaje e indagará sobre sus proyectos y trabajos por realizar.

Con voz en Off, se hace el cierre del programa. El cabezote de entrada tendrá una duración de 30 segundos, con imágenes de los personajes que ya se han entrevistado anteriormente, que irán apareciendo en las páginas de un libro hasta que este se cierre y se lea en la portada del libro el nombre del programa. Los créditos aparecerán en las páginas del libro con toda la información necesaria (créditos, correo, teléfonos, etc.).

**Producción de campo y edición:** para la grabación de las entrevistas se emplearán dos cámaras semi-profesionales marca Panasonic, ref.; DVX 100 B, con registro de video estándar mini DV, trípodes cabeza fluida, micrófonos tipo lavalier inalámbricos marca sennheiser en recintos cerrados para cada entrevistado y kit de iluminación lowel de 1000 watts para crear una ambientación adecuada para cada crónica. La post-producción se realizará en un sistema no lineal de edición digital, en plataforma adobe premiere 2.

**Recursos humanos:** la dirección y la presentación del programa estarán a cargo del profesor de lenguas Fernando Castaño. De la producción se encargará el Comunicador Audiovisual, Jaime Andrés Marín.

## 2. Estación Zero

Espacio musical que se emite, desde hace 4 años, todos los lunes en directo a partir de las 19 horas con repetición los domingos a las 14 horas. El objetivo de Estación Zero es promover los músicos del Municipio de Marinilla, que están empezando en el género del rock y el metal. Se pretende también informar constructivamente a los jóvenes que les gusta este género musical acerca de las bandas nacionales e internacionales, sus nuevos trabajos musicales y de los conciertos que se realizarán en el país.

Estación Zero hará énfasis en el rock clásico, artistas que marcaron la escena del rock desde los años 60 hasta los 90. Grupos como kraken en el género del metal hasta los Rollingstones, Ironmaiden y Aerosmith que pertenecen a la “vieja guardia”.

Su público objetivo es aquel segmento de la población con gustos hacia el metal, público melómano conocedor de la historia del rock and roll, apuntando a una audiencia entre los 18 – 30 años. Otro tipo de público corresponde a la audiencia especializada; músicos y artistas populares, que sin importar su nivel social, ni su edad, viven, gustan, sienten la música del rock y el metal.

**Recursos visuales y televisivos:** Estación Zero, se transmitirá en directo y se realizará en estudio. Para su escenografía se debe contar con candelabros, velas y afiches. En ocasiones especiales se realizará el programa desde diferentes bares del Municipio.

**Estructura:** el programa se dividirá en varias secciones:

- Grupo invitado: grupo musical local o de la región que relate los inicios de la banda, sus trabajos musicales, su proyección hacia el futuro e incluso cuáles son sus ídolos musicales. El grupo será entrevistado por Wilson Marín “Chicho” filósofo, que está muy bien informado acerca de los grupos que viene surgiendo en todo el oriente antioqueño.

- Nota musical: en esta sección se incluirá las noticias más relevantes de artistas, lanzamientos, conciertos, infidencias, etc. Las nuevas bandas que surgen, las que se desintegran y el futuro al que se someterá el rock y el metal frente a los nuevos géneros que siguen surgiendo.

- El Clásico de la estación: presentación de uno de los temas clásicos que marcaron al rock y el metal. El presentador dará información de los temas que sonarán en el transcurso del programa. El cabezote de entrada será una animación de un bosque tenebroso donde la cámara hará un recorrido en dolly in hasta que un rayo

cae y forma el nombre del programa. Los créditos saldrán cuando el presentador se esté despidiendo.

**Producción de campo y edición:** para la transmisión del programa se empleará un switcher, un operador de VTR, un generador de caracteres para la graficación, 2 cámaras marca Panasonic ref.: DVX 100 B, 2 trípodes cabeza fluida y kit de iluminación con filtros dicroicos para ambientar una escena lúgubre acorde al programa. Para el registro sonoro se emplearan micrófonos tipo lavalier inalámbrico marca Sennheiser (para presentador e invitados) y micrófonos de alta fidelidad para los instrumentos musicales cuando se requieran.

**Recursos Humanos:** La presentación del programa estará a cargo de Wilson Marín “Chicho” que ha fusionado sus estudios filosóficos con su gusto por la música. La dirección de cámaras o switcher estará a cargo de Jaime Andrés Marín, que desde hace 4 años se ha hecho responsable de este cargo.

Como asistente de producción participa Johny Galvis, productor de televisión y con más de dos años de experiencia en estas actividades, quien además diseña los gráficos de titulación, cabezotes y cortinas del programa.

## 3. La Fonda Popular

Espacio musical y de carácter regional. Se emite semanalmente el día jueves en directo a las 18 horas. Se repite los sábados a las 17 horas. Es un programa musical que resalta las letras de la música popular colombiana. Artistas reconocidos y no tan reconocidos, hacen sus presentaciones en vivo de su música o muestran sus video clips, cuyos temas sean de despecho, románticos, parrandero, de carrilera, y guasca.

**Entre sus objetivos está:**

- Promover los artistas del Oriente antioqueño, del Municipio de Marinilla y del País.

- Resaltar los géneros populares, que hacen parte del folclor.

En la producción de este programa se debe tener presente las festividades que se celebran en el año, tales como: Día de la madre, Día del padre, Amor y amistad etc. Esto con el fin de que la programación de los videos haga alusión a dichos días. También para la realización de rifas y entrega de regalos. En la época decembrina la fonda popular cambia su nombre a “La Fonda Parrandera”.

El público objetivo es un segmento de la población que le gusta la música popular, un público que es conocedor de los géneros como la Carrilera, Parranda, Música guasca; clase media alta, que tengan una educación media de edad adulta (entre los 20 y los 60 años), la población que más sintoniza el programa son mujeres cabeza de hogar y amas de casa. Otro tipo de público son: músicos y artistas populares, que sin importar su nivel social, ni su edad, les gusta la música nacional popular.

### Propuesta de Mejoramiento

**Recursos visuales y televisivos:** El set del programa debe emular una fonda la cual debe hacer referencia a la arriería y las viejas fondas pueblerinas con elementos como henos, herraduras de caballos y sombreros de arrieros, para así darle una ambientación donde el televidente se sienta a gusto y pueda compartir un rato agradable con su familia escuchando los mejores videos populares.

**Estructura:** el programa contará con las siguientes secciones: información musical, se comentarán noticias y novedades de los trabajos discográficos de los artistas que están más de moda. Videos



de antaño: se emitirán videos antiguos, que podrá seleccionar el televidente, mediante votación previa. El invitado de la semana es el artista destacado de talla nacional o local que este lanzando su disco para promocionarlo en el programa.

Los 5 del mes: Presentación de los 5 temas más pedidos por los televidentes al final del mes. Premios y rifas: sección en la que el televidente debe sintonizar el programa para participar en las rifas y regalos que ofrece el programa llamando al conmutador del programa. Se deberá contar con premios sorpresa y boletas para ir a los conciertos que se realicen en el Oriente antioqueño. Estas secciones no necesariamente saldrán en todos los programas.

El cabezote de entrada será la animación de una fonda de pueblo y adentro se mostraran los videos de los artistas más representativos del género popular. Siempre tendrá un logo del programa que pasará permanentemente la emisión. Los créditos saldrán antes de despedir el programa de color dorado encima de una imagen de madera. La cámara será muy dinámica y tendrá una iluminación que contextualice el estilo del programa.

**Producción de campo y edición:** Para la transmisión del programa se emplearán 2 cámaras de marca Panasonic y Sony, ref.: DVX-100 B y PD170P DVCAM, trípode cabeza fluida y kit de luces tipo Dp con filtros dicróicos y sombrillas para crear ambientes cálidos y luminosos acordes al programa. Para el registro sonoro se emplean micrófonos tipo lavalier inalámbricos marca Sennheiser para el presentador y de mano marca Shure para los artistas invitados que van a interpretar sus temas. Recursos humanos: La presentación del programa estará a cargo de Juan Manuel Cosme, integrante de un grupo de mariachis llamados Aires de México. Trabajó por más de 4 años en emisoras y es una persona reconocida en el Municipio. Además tiene un alto conocimiento de la música popular. La dirección del programa estará a cargo del comunicador audiovisual Jaime Andrés Marín.

#### 4. CCM Noticias

Espacio noticioso, se realiza dos veces a la semana los martes a las 19:30 horas y los viernes a las 19:30 horas. Entre los objetivos del programa están: informar oportunamente a los televidentes de lo que sucede en el Municipio de Marinilla. Resaltar los hechos más importantes de interés colectivo.

**Estructura narrativa:** CCM Noticias se emite en bloques temáticos, cada bloque empieza con la noticia más importante.

**Recursos visuales y televisivos:** la estructura del programa será: cabezote in, debe tener una duración de 30 segundos y da la entrada al noticiero. Cabezote out: con créditos. Titulares: es el «gancho» que se le utilizara para atraer al público, debe ser corto, llamativo e impactante. Noticias más importantes: los acontecimientos de mayor importancia que estén sucediendo alrededor de la comunidad y del Municipio.

Las secciones con las que contará el programa son:

- Salud: noticias, consejos, informes que puedan ayudar al televidente a mejorar su calidad de vida.
- Deportes: toda noticia que se esté generando alrededor del deporte local y regional, torneos, premios a deportistas destacados.
- Cultura: la agenda cultural del municipio, eventos que se realicen y que estén generando un gran aporte a la cultura municipal.

**Producción de campo y edición:** para salir a realizar las notas se requiere de una cámara, marca Panasonic DVX 100B, un trípode cabeza fluida, un micrófono de mano marca Shure con cubo del noticiero. La grabación de las presentaciones se realizará en set, donde se requiere un micrófono lavalier inalámbrico marca

Sennheiser, un kit de luces marca Lowel. La post-producción de las notas se realizará en un sistema no lineal de edición digital, en la plataforma Adobe Premiere, y terminando en DVD o en archivo digital (meta datos).

Recursos humanos: la presentación de las noticias está a cargo de la Comunicadora Social en formación Lina Franco, que ya ha tenido la experiencia de trabajar como presentadora en varios programas en canales como CNC, Teleantioquia y en la Corporación Oriente Tevé. La dirección del Noticiero estará a cargo del Comunicador Audiovisual Jaime Andrés Marín, que desde su formación académica tiene criterios suficientes para definir qué información es de interés para el público y que no lo es. Como asistente de producción participa Víctor Giraldo, que se encargara de la edición y montaje de las notas para el noticiero.

#### Proyecto Acústico

Referencia del proyecto	Unplugged (MTV)
Nombre de programa:	Acústico
Formato:	Musical
Número de capítulos:	1 temporada de 15 capítulos
Duración:	45 minutos
Público objetivo:	Para toda la familia
Medios de difusión:	CCM "Canal Comunitario de Marinilla"

#### Formulación de la idea

Idea central o "storyline": Acústico, será una producción semanal donde diferentes músicos del municipio interpretarán canciones acústicas que sean propias o covers en presencia de público invitado.

Desarrollo de la idea: Marinilla es pueblo con mucho talento musical, cuenta con más de 20 grupos musicales y muchos solistas. Aprovechando toda esta materia prima, se puede realizar un programa musical en el cual estos artistas cautiven a los televidentes con sus voces y las tonadas de las cuerdas de sus guitarras. El programa se realizará en estudio y en pregrabado a 3 cámaras, con mezcla de sonido. Contará con la asistencia de público para simular un ambiente de concierto en vivo. Tendrá una duración de 45 minutos dividido en 3 bloques así:

- Bloque #1 VTR. Presentación de los artistas invitados. 1º tanda de canciones, 2 canciones máximo. (12 minutos aprox.). Pausa Comerciales/Anuncio de servicio público.
- Bloque #2 - VTR Historia musical del artista. 2º Tanda de canciones, máximo 3 canciones. (12 minutos aprox.). Pausa Comercial/Anuncio de servicio público.
- Bloque #3 - 3º VTR. Proyectos a futuro del artista. Tanda de canciones, máximo 3 canciones. (16 minutos aprox.)

Antecedentes: Frederic Jamenson [13] en su ensayo del posmodernismo menciona que desde la década de los 70's, una serie de reacciones estilísticas empiezan a desarrollarse alrededor del video experimental y que canales como MTV aprovecharon para posicionarse como marca. Jamenson también evidencia cambios que tuvo la música en esta época y empiezan a surgir una serie de subgéneros y estilos como el Punk y New Wave del tipo de Theclash, muy distintos del Glitter rock o del disco. MTV aprovechó el auge de los grupos musicales y lanzó en 1989 un programa musical llamado "unplugged" que se basaba en una serie de conciertos, donde los artistas tocan su música en forma acústica, con grandes arreglos musicales. La serie tuvo auge en los años 90. Como un vehículo para consagrar a los artistas del momento.

Desde los años ochentas se ha notado una gran masificación entorno de la música, tanto así que se volvió una gran industria comercial. Lo que le dio oportunidades a muchos grupos musicales y compositores. En Marinilla se viene dando un incremento de jóvenes que se inclinan por la música. En el municipio, ya se evidencian más de 20 grupos musicales y muchos otros que prefieren seguir su pasión como solistas. Músicos como el Maestro John Castaño, Marta Zuluaga y grupos como el Trío Romances, son posibles artistas que pueden ser parte de este proyecto, quienes gracias a su trayectoria musical son muy queridos y reconocidos en el Municipio. También hay grupos y músicos que están empezando a surgir y que su calidad musical es muy buena y que podrían hacer un gran aporte a este proyecto.

La música es melodía, es ritmo, es sonoridad, la música es un lenguaje universal además de ser la más intermedia y como asegura Martin Barbero en su artículo, en la música se pueden involucrar simultáneamente varias esferas perceptivas y cognitivas del sujeto a través de los diferentes elementos sonoros como el ritmo, armonía, timbre, vibraciones de ultrasonido y volumen. Sin contar con que la música traspasa las fronteras de los medios y estimula la relación entre deseo y la armonía del cuerpo, abonando un valioso terreno para los nuevos espacios que van surgiendo en la cultura global.

En esta nueva propuesta para el canal comunitario, los músicos aparte de brindarle un gran aporte al programa, se verán muy beneficiados debido a que si tienen temas de su autoría, pueden promocionarlo por este medio de comunicación tan importante para el municipio.

Cubrimiento geográfico: el proyecto se desarrollará en Marinilla, contando con la posibilidad de ser transmitido por los Municipios del Oriente Antioqueño.

Estrategia para comunicarse con el espectador, atraerlo y cautivarlo: las audiencias tienen gustos diferentes en cuestión de música, la idea para cautivarlos es tener artistas que interpreten diferentes géneros musicales cada semana y así generar aceptación en los televidentes. Además se contará con un público que mediante una inscripción previa podrá asistir a la grabación del concierto.

## Tratamiento audiovisual

Formato: es un programa musical donde se necesita un espacio amplio como un auditorio, para invitar a un público que esté en la grabación e interactúe con el artista.

Lenguaje visual, sonoro literario y montaje: los movimientos de cámara serán suaves, con zoom, tilts y paneos muy lentos o rápidos dependiendo del ritmo y la energía de la canción, la graficación será muy sobria e insertada en edición. El montaje en edición será de acuerdo al ritmo de la música y se utilizará mucho la transición disolvencia en el caso de temas lentos, o un montaje métrico si la canción es rápida.

Atmósfera y tono - Dirección de arte: para crear la atmósfera, se requiere un espacio amplio para poder ingresar público, una buena iluminación y de un escenario en cual el artista se pueda desenvolver libremente. El tono variará de acuerdo con los temas que interprete el músico.

Conductor: el conductor del programa es el mismo artista, que con sus intervenciones, les contará al público y a los televidentes el nombre del tema y el porqué la interpreta o cuál fue su inspiración para componerla.

## Conclusiones

Los canales comunitarios no tienen que entrar a competir con las grandes empresas del país, todo lo contrario, están en toda la capacidad de resaltar todos esos aspectos culturales que están arraigados en cada localidad como lo menciona Martin Barbero [14] en su artículo Políticas de multiculturalidad y desubicaciones de lo popular.

En la definición de la programación para TV y en especial para un canal comunitario es indispensable tener en cuenta los talentos locales, la definición de los públicos, los intereses de los oyentes, para ello es muy conveniente realizar estudios o sondeos de las audiencias, así como la definición de franjas y las normas establecidas por la Ley 182 y la Ley 335 de la Comisión Nacional de TV.

Los canales comunitarios deben desarrollar su estructura organizativa y determinar funciones y responsabilidades. Determinar su imagen corporativa, misión, visión y valores y utilizar medios como internet para reforzar su programación y permear a la audiencia.

En la propuesta de estructura organizacional, para el canal estudiado, se agregaron 3 cargos más: director de contenidos, se encargará de revisar los contenidos de todos los programas que se realicen en el canal, con el fin de garantizar la calidad del producto. Mercadeo: responsable de comercializar y vender los productos audiovisuales del canal. Comité de programación: actúa como segundo filtro en el análisis de la calidad de la programación que emite el canal, también evaluar los horarios o franjas en que se deberán emitir los productos.

La parrilla de programación es de gran importancia para cualquier canal, por eso los canales locales del país deben empezar a implementar los horarios por franjas, de esta manera tendrán una televisión por bloques donde se podrán enfocar a audiencias más específicas. Los canales locales y comunitarios deben fortalecer su programación con productos mediáticos de buena calidad en cuanto a contenidos y variedad.

## Bibliografía

Imágenes para mil palabras, Ministerio de cultura república de Colombia, Bogotá, septiembre de 2008.

Políticas de multiculturalidad y desubicaciones de lo popular. En libro: Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas. Daniel Mato. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. 2005. pp. 181-197.

Plano teórico – “metodológico del video clip”, Juan Anselmo Leguizamón Santiago del Estero, junio de 1998.

## Cibergrafía

<http://www.neoteo.com/consejos-para-una-buena-edicion-de-video.neo>

[http://www.pro-lighting.com/1/formacion/pdf/curso\\_iluminacion\\_tv\\_dexel.pdf](http://www.pro-lighting.com/1/formacion/pdf/curso_iluminacion_tv_dexel.pdf)

<http://recursos.cnice.mec.es/media/cine/bloque9/index.html>

<http://www.cybercollege.com>

<http://es.scribd.com/doc/6944223/Frederic-Jameson-Ensayos-Sobre-El-Posmodernismo>

<http://www.cntv.org.co>

## Citas

[1] Junta Directiva: Es un grupo de personas que pertenecen a una empresa, o una institución, y son los que dirigen la misma, está formada por un presidente, vice presidente, tesorero, secretario, secretario de actas, vocales titulares y vocales suplentes.

[2] Representante Legal: esta la persona que está habilitada para ejecutar todos los actos y contratos comprendidos dentro del marco social o que se relacionen directamente con la existencia y el funcionamiento de la compañía. Su tarea debe ser desarrollada dentro de un marco especial de deberes contenidos en los estatutos y la ley, con absoluta independencia y como circunstancias ajena del nexo contractual que el representante legal establezca con la empresa.

[3] Revisor Fiscal: es un Contador Público encargado de vigilar el cumplimiento de las disposiciones legales y estatutarias por parte de la administración, velar por la preservación de los recursos de la empresa y suministrar información a las entidades gubernamentales sobre las operaciones y actividades que realiza un negocio. Es responsable tanto de la información financiera que suministra (le agrega confiabilidad con su dictamen) como de los actos que efectúa la administración con el fin de alcanzar los objetivos propuestos. Pero para ejercer sus funciones necesita de independencia mental y económica para que pueda manifestar sin ningún temor el desarrollo de la gestión gerencial y los resultados de las operaciones efectuadas en la empresa.

[4] Contador: es la persona natural que se dedica a aplicar, analizar e interpretar la información contable y financiera de una organización, con la finalidad de diseñar e interpretar instrumentos y mecanismos de apoyo a las directivas de la organización en el proceso de tomar decisiones.

[5] Asesor Jurídico: es la persona en cargada de asesorar legalmente a una empresa, en el caso de un canal, asesora en temas que tiene que ver con leyes que envuelven la televisión como los derechos de autor.

[6] Administrador: dentro de una empresa es el encargado de solucionar problemas, mide y planifica recursos, planea su aplicación, desarrolla también estrategias, y efectúa diagnósticos de situaciones, todo orientado a la organización a la que pertenece.

[7] Director de contenidos: es el encargado de promover y revisar los contenidos de los programas de un canal de televisión, presenta y gestiona nuevos proyectos audiovisuales con el fin captar la atención de los televidentes.

[8] Comité de Programación: este comité tiene fusiones como proponer políticas de programación para el canal, construye, propone y desarrolla estrategias de producción que propendan por el trabajo conjunto y el aprovechamiento de las fortalezas de cada socio y lo más importante es la revisión y aprobación de los programas tanto emitidos como nuevos proyectos.

[9] Unidad de Mercadeo: su trabajo es vender los productos Audiovisuales para que sean autos sostenibles y generen recursos para el canal.

[10] Unidad de Producción: es el equipo que planea los programas o productos audiovisuales, responsables de la pre-producción y contenidos de los mismos.

[11] Equipo Técnico: Realizadores, presentadores, Camarógrafos, Editores, Asistentes y todo Staff que está involucrado en una producción.

[12] La referencia para el análisis de la programación se hace con base en la propuesta presentada por el docente Javier Castaño Vera y su programa musical "el show" que se transmite por Teleantioquia.

[13] Frederic Jamenson. Ensayo sobre el posmodernismo.

[14] Martin Barbero, Jesús; Ochoa Gautier, Ana María. Políticas de multiculturalita y desubicaciones de lo popular. En libro: Cultura, política y sociedad Perspectivas latinoamericanas. Daniel Mato. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina. 2005. pp. 181-197.

### Para citar este artículo:

**Marín Marín, Jaime Andrés (2011).**

*PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN PARA EL CANAL COMUNITARIO CCM TV DE LA CORPORACIÓN PRO-ACODEMA DEL MUNICIPIO DE MARINILLA*

**Grupo de Investigación en Comunicación del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.**

**Medellín - Colombia.**

**Año III, Número 6, ISSN 2017-1557.**