

RECUPERAR LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS CUCUTEÑOS A TRAVÉS DE LAS  
CRÓNICAS AUDIOVISUALES  
“EL BROCHAZO CULTURAL”

JUAN CAMILO BELTRÁN PACHECO

1093778711

LEIDY RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ

1090460320

JUAN DAVID ROJAS MANDÓN

1090494644

TUTOR:

CATERINE MOJICA ACEVEDO

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA

COMUNICACIÓN SOCIAL

VILLA DEL ROSARIO

CÚCUTA

2019

## **Resumen**

El objetivo de este trabajo es visibilizar la cultura y la identidad de los cucuteños por medio de crónicas audiovisuales que desarrollan temas de interés para la comunidad. Los resultados se dan a partir de una reconstrucción histórica de las dinámicas de ciudad y frontera, que permiten mostrar como la ciudad cada vez tiene un crecimiento cultural, pero los medios de comunicación tradicionales no difunden contenidos de calidad para que los ciudadanos se apropien de los temas de interés.

En la producción de las crónicas participan personas que trabajan para el fortalecimiento de la cultura de la ciudad, logrando potencializar a Cúcuta como un atractivo turístico a la altura de grandes ciudades. Los productos muestran ocho (8) crónicas emitidas en la sección el 'brochazo cultural' del canal regional TRO. Las crónicas como formato de producción audiovisual es una oportunidad para romper los esquemas de cómo ver televisión en la actualidad. En el brochazo cultural se apostó por manejar elementos comunicativos, desde el lenguaje, la cultura y la tradición oral.

**Palabras clave:** Cultura, identidad, citymarketing, crónica.

## **Abstrac**

The objective of this work is to make the culture and identity of the cucuteños visible through audiovisual chronicles that develop topics of interest to the community. The results are based on a historical reconstruction of the dynamics of the city and border, which show how the city is growing culturally, but traditional media do not disseminate quality content for citizens to take ownership of themes of interest.

People who work for the strengthening of the culture of the city participate in the production of the chronicles, achieving to potentialize Cúcuta as a tourist attraction at the height of large cities. The products show eight (8) chronicles issued in the 'cultural brushstroke' section of the regional TRO channel. Chronicles as an audiovisual production format is an opportunity to break the patterns of how to watch television today. In the brochazo cultural opted to handle communicative elements, from language, culture and oral tradition.

**Keywords:** Culture, identity, citymarketing, chronicle.

## **Capítulo I. Problema**

### **1.1 Contextualización**

La historia de Cúcuta está escrita con letras de independencia, porque la ciudad fue escenario de varios hechos de interés a nivel regional, nacional y continental, como, la Batalla de Cúcuta ocurrida el 28 de febrero de 1813, que dio inicio a la Campaña Admirable; la acción militar de Simón Bolívar para liberar el occidente de Venezuela, al igual que la firma de la Constitución de Cúcuta sucedida el 30 de Agosto de 1821 que fue piedra fundacional de la Gran Colombia; además se imprimió el primer periódico oficial del país, llamado la ‘Gaceta de Colombia’ y hacia finales del siglo XIX el ferrocarril local era la mayor empresa de transporte privado que hubo en Colombia (Banco de la República Cultural, 2019). Así mismo, otros hitos sociales marcaron la ciudad al reconstruirse después del terremoto del 18 de mayo de 1875, donde emergió más fuerte y con el avance del siglo XX logró posicionarse como la frontera más dinámica y viva de Suramérica (Banco de La República Cultural, 2018).

Sin embargo, en los últimos años con el cierre del paso fronterizo en el 2015, debido a la inestabilidad política de Venezuela, la capital de Norte de Santander se ha venido reconfigurando; a partir de ese hecho, cambió la dinámica social y económica local con la llegada de los migrantes, de los cuales al menos 31 mil viven en Cúcuta en situación legal (Migración Colombia, 2019), el incremento del desempleo con una tasa del 16,9% y la informalidad en 66,1% (DANE, 2019), un notable descenso en las ventas para el sector

comercial (FENALCO, 2019) y un desmejoramiento en los indicadores de seguridad, entre otras situaciones.

De acuerdo con las cifras publicadas por la encuesta (Cúcuta Cómo Vamos, 2019), apoyada por la Cámara de Comercio, se conoce que la percepción ciudadana en torno a la ciudad se ha seguido deteriorando porque el 70% de los habitantes considera que las cosas van por mal camino, solo el 48% se siente muy orgulloso de Cúcuta y el 53% de ellos identifica la existencia de una agenda cultural local.

Dichos datos, evidencian desinterés, y falta de esperanza en la ciudad; cada vez menos la población encuestada se sienta orgullosa de la capital nortesantandereana. Si realizamos un análisis breve de los resultados anteriores podemos deducir que realmente la ciudad necesita de una agenda cultural y turística que le devuelva al cucuteño, lo que por historia le pertenece.

En contraste con la insatisfacción identificada, la perspectiva de (Coronado, Moreno, & Torres, 2016) describen como se evidencian el sentido de pertenencia y de identidad a través de “los valores, costumbres y manifestaciones culturales que se construyen y mantienen al sentirse como parte de una familia, de un grupo o de una nación” (p. 385). En este sentido; la falta de pertenencia de los cucuteños hacia la ciudad se ha visto reflejada en diferentes aspectos; sus quejas constantes, desinterés político y ausencia de ademanes culturales que definan una personalidad universal del cucuteño.

Por su parte (Campos Winter, 2018) destaca que “es en las identidades culturales regionales donde se puede encontrar una gran riqueza de símbolos que componen la identidad cultural de los individuos” (p. 201), una visión que destaca como en las experiencias de los habitantes reside una fuente valiosa de información y de registro de la memoria que puede ser preservada al consultarlos y registrar algunas de sus respuestas. Sin embargo, Cúcuta en la actualidad por sus problemas socioeconómicos ha desviado su atención de las tradiciones culturales, antecedentes históricos y momentos de esparcimiento creativo. Es necesario recordar y reconstruir la historia cucuteña a través de símbolos que no solo caracterizan independencia, pujanza y carácter de la identidad cucuteña, sino también las festividades que pasan en la ciudad en torno a las propuestas que se desarrollan.

En el presente, se han fortalecido escenarios tradicionales como la Torre del Reloj o la Quinta Teresa; las exposiciones y los encuentros que tienen lugar en la Biblioteca Pública Julio Pérez Ferrero y el Museo Norte de Santander; las obras en el Teatro Zulima o en el Teatro Municipal; entre otras posibilidades que ofrece la agenda cultural local. De la misma forma, a la ciudad han llegado firmas hoteleras y comerciales que han abierto nuevos espacios para disfrutar de presentaciones musicales, lúdicas o recreativas, ferias conceptuales en torno al diseño, el emprendimiento o la gastronomía, de esa forma surge la necesidad de visibilizar también las nuevas manifestaciones que transforman y dinamizan lo cotidiano en Cúcuta.

De modo que la situación que atraviesa la ciudad por diferentes aspectos que generan una idea no del todo cierta de la ciudad, se da la oportunidad de proponer relatos sobre la cultura, identidad y el citymarketing que se puede tener en la misma. En esa medida se toman como referentes dentro de estudio y variables claves para la producción audiovisual.

## **1.2 Descripción del problema comunicativo**

Actualmente en Cúcuta los medios de comunicación tradicionales como la radio, la prensa y la televisión, en su agenda informativa no cuentan con espacios para crear contenido educativo y cultural consumible. Es decir, separado de las necesidades noticiosas asociadas con los temas en boga como suelen ser: la migración venezolana, el desempleo, la informalidad laboral, la inseguridad, entre otros tópicos, los cuales enfocan la atención de las personas, solo en esos aspectos, olvidándose de difundir atributos culturales y positivos de la ciudad.

Ante esa realidad, el papel de los medios en relación a las posibilidades de actualizar su cubrimiento de temas culturales, es fundamental, así lo explica (Sarrazín, 2018) para quien los medios tradicionales todavía tienen la misión de expandir la mente de los espectadores, informarlos sobre las alternativas disponibles en el entorno y motivarlos a ser una presencia activa en la realidad social.

No obstante, la ciudad enfrenta dificultades, puesto que los eventos y tradiciones culturales se han politizado; los cucuteños se interesan cada vez más por sobrevivir y menos por experimentar momentos de esparcimiento creativo. En ese sentido, los medios locales presentan notas informativas tradicionales para llenar la parrilla de programación, pero no dimensionan hasta qué punto para crear contenido cultural se necesita más que un

entrevistado y una cámara; se requiere una visión de lo que quiere y necesita conocer la población.

En esa dirección, (Largo Pérez, 2013) señala que se debe tener en cuenta que la voz y las experiencias de los ciudadanos son las que direccionan el cubrimiento cultural actual, lo cual se olvida a menudo y se pierden oportunidades de registrar la variedad de ideas o expresiones que tienen espacio en un mismo contexto:

La diversidad cultural es una realidad de la que no se puede ser mero espectador, ya que involucra tomar una postura y realizar acciones con el fin de que se logre una mejor convivencia y se forjen relaciones interculturales basadas en el respeto. En todas las situaciones antes señaladas, la información juega un rol preponderante y los recursos de información deberían estar presentes (p. 26).

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se identifica que la interacción entre la información y las personas es lo que puede generar contribuciones a la cultura, especialmente en el propósito de reconocer sus manifestaciones, pero también de enriquecerla y construir su pluralidad en el ahora, puesto que, si solo se cuenta con una de las partes, sería poco probable lograr un mayor alcance en cuanto a su apropiación y reconocimiento.

En esa línea, Cúcuta además se caracteriza por ser un escenario de crecimiento, puesto que mientras en el 2015, el 36% consideraba sentirse satisfecho con la agenda cultural de la ciudad, ahora lo hace el 58% (Cúcuta Cómo Vamos, 2019), datos que reflejan la oportunidad de aportar desde la comunicación, en su modalidad de producción audiovisual, a visibilizar lo que sucede, no solo en el presente, sino también en recuperar aspectos del pasado que ofrecen valor al fortalecimiento de la identidad cucuteña.

## **Capítulo II. Marco Teórico**

### **2.1 Antecedentes**

Las investigaciones consultadas en torno al tema de la cultura, la identidad y su difusión en los medios de comunicación pertenecen al orden internacional, nacional y regional, en ese sentido ofrecen referentes teóricos, metodológicos y de producción audiovisual que aportan al desarrollo del proyecto.

En los antecedentes internacionales se encontró el artículo de investigación de (Lizondo Kopan, 2018) titulado *La comunicación con identidad. Regulaciones y un estudio de caso*, realizado por una investigadora de la Universidad Nacional de Salta, Argentina. Esto con el propósito de entender que “La diversidad es un rasgo propio de la vida humana. Reconocerla como tal es una tarea que exige agudizar las formas de percepción y un profundo ejercicio de descentramiento de nuestras perspectivas sociales, políticas y culturales” (p. 13). En el diseño metodológico manejó un enfoque cualitativo de tipo exploratorio. Los resultados describen que los medios locales y comunitarios deben ir orientados hacia la afirmación de la identidad y los valores de la comunidad a la que se dirigen, puesto que deben funcionar como una herramienta que aporta al afianzamiento y la conquista de las oportunidades que mejoran las condiciones de vida de los ciudadanos.

El aporte del artículo permite contextualizar y dimensionar el concepto de comunicación con identidad, para eso se tienen en cuenta elementos claves como: su vinculación con el entorno, la pluralidad cultural y lingüística que refleja, su incidencia en los modos de organización social, entre otros aspectos que se espera poder incluir y transmitir en el audiovisual, que se ha denominado en este proyecto como Brochazo Cultural.

De igual forma, en la revisión de antecedentes internacionales se tuvo en cuenta el artículo de investigación de (Cordero Durán, 2018) denominado *La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis*, desarrollado en la Universidad de La Habana,

Cuba, cuyo objetivo consistió en “dar cuenta del carácter cultural de la comunicación tanto como proceso humano fundamental, como disciplina científica y campo profesional” (p. 2). La metodología estuvo enfocada en un proceso de revisión bibliográfica enfocado en retomar teorías y visiones que permiten comprender la interrelación entre los conceptos que dan lugar a la temática. En los resultados, el autor expuso que “la comunicación desde la cultura, al entenderla como espacio de producción de sentidos y proceso resemantizador de lo social, lo que implica concebirla inserta en un proceso mucho más amplio, que le da lugar y que la modifica” (p. 12) de esa forma comprende la incidencia que hay al generar proyectos donde se movilizan ambas posibilidades.

El artículo aporta al proyecto de Brochazo Cultural, al promover que la profundización en la dimensión cultural de la comunicación abre la posibilidad a la reactivación en el interés de las personas para participar de ella, compartiendo interpretaciones que la dinamizan en el presente, la visibilizan y reconfiguran, hasta el punto en el que los habitantes la reconocen y celebran desde lo cotidiano.

Posteriormente, en el estudio de (Cepeda Ortega, 2018) titulado *Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación*, publicado como artículo de investigación por la Universidad de Valladolid, España, el objetivo principal fue “ofrecer una aproximación al concepto de identidad cultural a través de la revisión de otros conceptos que forjan dicha idea, como son el patrimonio, la educación patrimonial y el turismo cultural” (p. 244). La metodología aplicada consistió en un estudio de revisión para profundizar en las perspectivas de diferentes autores sobre cada una de las variables asociadas con la identidad. En las conclusiones, señala que los proyectos enfocados a visibilizar el patrimonio deben ser capaces de movilizar a los habitantes para que lo valoren creando una memoria viva y en desarrollo.

El aporte de esta investigación al proyecto que se realiza, consiste en la recomendación que hace de enfocar los proyectos comunicativos a la creación de experiencias en torno a la noción de identidad, destacando que a partir de ese esfuerzo es posible lograr involucrar activamente a la comunidad, crear momentos que puedan recordar y contribuir a fortalecer el sentido de pertenencia. De esa forma, configuran unos principios que se quiere replicar en la producción audiovisual propuesta en este documento.

Continuando con la revisión de los antecedentes nacionales, se referencia el libro de (Ballestas Caro, 2018) titulado *Miradas propias. Pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global*, el cual fue editado y distribuido por la Universidad Panamericana. El texto, aunque tiene un marcado acento etnográfico constituye una referencia que presenta como las poblaciones autóctonas narran su historia para sí mismos y para los otros. En ese ejercicio, la investigadora se concentra en los aspectos que articulan la vida de la comunidad y las formas en la que pueden ser visibilizadas a través de las producciones audiovisuales.

En las conclusiones, establece que la diversidad y el desencuentro son las fuerzas que determinan la historia de una población, razón por la cual deben verse reflejados en lo que se registra en los diferentes formatos y medios, puesto que no se trata de presentar imágenes idílicas sino reales.

Entre los aportes de esta investigación, se encuentra que la mirada activa de quienes son narrados cumple un papel esencial, porque son ellos los autores del discurso que posteriormente es llevado a otras comunidades o personas con otro bagaje social o cultural, entonces al lograr reflejar eso, se consigue dar nuevos alcances a la palabra, la memoria y el territorio.

En la misma línea revisión de antecedentes nacionales, está el artículo académico de (Coronado, Moreno, & Torres, 2016) denominado *Estrategia para el reconocimiento de la identidad cultural y el sentido de pertenencia de inmigrantes latinoamericanos* publicado por la Universidad de San Buenaventura, en el que se proponen acciones comunicativas y pedagógicas encaminadas a conocer la subjetividad, las costumbres y los valores que orientan a las personas cuando abandonan su lugar de origen para habitar en un nuevo lugar. La metodología empleada, retomó los principios del constructivismo social para reflejar a través de sondeos y entrevistas las percepciones cotidianas de los participantes del estudio. En los resultados, se expone que es valioso identificar las razones que motivan y generar orgullo en los habitantes para que esos sean los factores que activan y desencadenan su participación en torno a la celebración de lo cultural.

El artículo aporta al proyecto con su concepción de los medios de comunicación, incluidos los tradicionales, como canales abiertos para el diálogo constante, en su aproximación y desarrollo no existen verdades ni respuestas correctas, sino un intercambio donde se celebra lo que caracteriza a una comunidad, en esa medida se espera lo mismo para el producto audiovisual objeto de esta propuesta.

De igual manera se destaca la ponencia de (Martin Barbero, 2012), uno de los investigadores claves de la comunicación, titulada *De la Comunicación a la Cultura: perder el "objeto" para ganar el proceso*, cuyo texto fue publicado como artículo de investigación en la Revista Signo y Pensamiento de Pontificia Universidad Javeriana, en dicha exposición su objetivo fue “llegar a la teoría pero desde los procesos de comunicación, desde la opacidad” (p. 76), describiendo una situación que persiste hasta la actualidad en cuanto a la obsesión por definir y delimitar los productos de comunicación, sin considerar las voces y experiencias reales de quienes experimentan cotidianamente con la cultura y la comunicación. En la metodología, propuso un modelo de investigación acción en el cual a medida que se va construyendo el conocimiento, también se incentiva la participación y la transformación de los participantes. En los resultados describe que la óptica inclusiva de los medios permite que las personas se apropien del contenido y lo usen para aprender o mejorar sus condiciones de vida.

El aporte de esta ponencia al proyecto, consiste en su análisis de los procesos de evolución que ha transitado la comunicación en América Latina, donde se destaca la vital importancia que tienen los espectadores para recuperar y posicionar lo popular como un tema de información, contribuir al fortalecimiento de las identidades y contribuir a que los espectadores aprendan a disfrutar de lo que tienen o de lo que son. Esta mirada es un hilo

conductor importante para el estudio porque permite orientar las actividades de recolección y análisis hacia la perspectiva de la audiencia.

Entre tanto, en los antecedentes regionales se rescata el trabajo de (Gómez, Ortiz, Pabón, Parra, & Salinas, 2018) titulado *Bucaramanga como un modelo de ciudad competente a nivel cultural*, una investigación realizada para optar al título de Comunicadores Sociales en la Universidad Autónoma de Bucaramanga, en la cual el objetivo principal estuvo orientado hacia “analizar el por qué Bucaramanga no es tomada como una ciudad principal dentro de Colombia a nivel cultural, partiendo de una comparación frente a Bogotá, Medellín y Cartagena, principales ciudades del país” (p.5). La metodología fue enfocada hacia el diseño mixto con una mirada constructivista y etnográfica, donde aplicaron técnicas de recolección como la entrevista a profundidad para conocer la subjetividad de los participantes. Los resultados profundizan en los ideales que tienen la posibilidad de crear los medios de comunicación en torno al valor y las manifestaciones de la cultura, una responsabilidad que debe ser motivo de reflexión y trabajo constantes.

El aporte que hace esta investigación se concentra en el proceso que realizó respecto al diseño, la aplicación y el análisis de las entrevistas considerándolas el insumo principal alrededor del cual se consolida la visión del tema, puesto que al consultar a los habitantes se configura una perspectiva más real y actualizada de cómo desconocen el pasado o cuáles son los elementos del presente que no los hacen sentir orgullosos, entre otras inquietudes vinculadas con la problemática de este proyecto.

También se tiene en cuenta la producción adelantada por (Cens Grupo EPM, 2016) denominada *La Playa de Cúcuta: historia, música y cultura*. Este producto audiovisual fue generado por la oficina de comunicaciones de la empresa de energía local y presenta una narrativa con características que resultan apropiadas para describir la cultura de la ciudad, en este caso lo hacen al usar de manera ágil recursos como la síntesis, puesto que no se llena de información al espectador, sino que se exponen los datos más importantes para contextualizar y fortalecer su nivel de conocimiento general.

De la misma forma, se evidencia que en Cúcuta hay escasos referentes en Televisión que aborden el tema cultural e histórico, sin embargo, cuando lo han hecho predomina la visión tradicional y lineal de contar los sucesos, algo que se interesa por cambiar esta propuesta al cambiar el foco de la narración hacia la voz de los mismos ciudadanos, quienes pueden descubrir, transformar o rememorar esa clase de información sobre el pasado, el presente y el futuro de la ciudad.

## **2.2 Bases Teóricas**

Se acuerdo con la problemática identificada se establecieron las siguientes categorías para ser analizadas teóricamente: cultura, identidad, citymarketing y la crónica como género, las cuales son presentadas a través de las perspectivas de diferentes autores identificando sus características, manifestaciones, alcances y limitaciones con relación al presente proyecto.

En primer lugar, se aborda el constructo, de *cultura*, el cual se constituye como una noción amplia y en constante evolución que según Martín Barbero (2010) se puede diferenciar en dos sentidos, el primero desde la perspectiva antropológica que se ocupa de las civilizaciones

primitivas y el segundo planteado por la sociología que se interesa en las actividades, prácticas y productos que caracterizan a una comunidad. En su perspectiva aporta al desarrollo al configurar dinámicas que articulan diferentes realidades, perspectivas o situaciones, generando la recreación o transformación propia.

Este autor también se interesa por la relación, cada vez más cercana, entre la comunicación y la cultura, al respecto (Martín Barbero, 2010) afirma: La comunicación en el campo de la cultura deja de ser entonces un movimiento exterior a los procesos culturales mismos –como cuando la tecnología era excluida del mundo de lo cultural y tenida por algo meramente instrumental- para convertirse en un movimiento entre culturas: movimiento de exposición y apertura (p. 14).

En esa comprensión se entiende que los medios hacen parte del cambio social y cultural, lo acompañan e impulsan, incluso cuando no se sabe con precisión hacia donde se dirige y de allí la necesidad de reconocerla también como un fenómeno estructural, según el cual para (Canclini, 2015) es “el conjunto de procesos donde se elabora la significación de las estructuras sociales, se la reproduce y transforma mediante operaciones simbólicas” (p. 14). En esa línea se le reconoce como una fuerza en constante movimiento que permite o restringe, según sea el caso, y evidencia las nuevas inquietudes o necesidades que tienen lugar en la sociedad.

De la misma forma, también se enfoca en aclarar que la cultura es todo el producto del trabajo humano, en esa línea a través de las experiencias, en ocasiones sin notarlo, los habitantes conforman sus costumbres, creencias y prácticas. Su punto de vista es oportuno porque no generaliza, sino que simplifica el tema, conduciendo a la reflexión de como su

presencia es cotidiana, pero se tiende a considerar como algo complejo, alejado de la realidad social.

Por consiguiente, para (Bautista, 1992) en la cultura interactúan factores micro y macro, los cuales se convierten en mediaciones que permiten a las personas ubicarse, comprender o asimilar las experiencias que viven dentro de un contexto determinado, el cual se convierte en su marco de referencia para percibirse a sí mismo, tomar decisiones y convivir en general como ser social. En ese orden de ideas, también incide en los procesos de socialización, el desarrollo del espíritu crítico, la transformación de las condiciones de vida, en general, ofrece sentido y significado a los habitantes.

No obstante, para Bautista cuando hay una desconexión frente a las raíces o un desconocimiento sobre la historia del lugar de origen o donde se habita, se puede dificultar la capacidad humana de valorar los recursos presentes en un determinado contexto, desaprovechando la oportunidad de ser un agente social activo y comprometido con el progreso del entorno donde se encuentre.

En esa medida, la cultura no sucede de forma implícita o etérea, sino que se materializa a través de las prácticas, costumbres y dinámicas de convivencia que establecen las comunidades, asimismo en los comportamientos que la caracterizan, lo cual no solo le da un papel de organización sino también de administración y regulación de la conducta social que termina por influenciar y moldear la convivencia.

Dentro del análisis del concepto de cultura también se considera la reproducción del ayer, pero también la construcción de un nuevo hoy: Es esta lucha vital, entre todo lo nuevo que batalla por emerger y lo tradicional que en su afán perpetuador se resiste a fenecer, lo que permite que se logren enormes y significativas modificaciones que dinamizan la vida y estimulan el cambio y el avance social (Páramo, 2017, p. 8)

En el contexto de Cúcuta la ciudad tiene un pasado glorioso y enfrenta desafíos en el presente, una situación que tiende a polarizar a los habitantes, quienes por una parte se han quedado recordando los días que fueron mejores y por el otro se han enfrascado en una mirada pesimista de la realidad, en ese sentido por eso se quiere establecer una sinergia entre lo histórico y lo contemporáneo, para lograr hacerse una imagen más clara de lo que implica la cultura en la capital de Norte de Santander.

Sin embargo, algunos autores le confieren un sentido temporal y técnico que les permite a las personas explicar los cambios, insertarse en las novedades que los estimulan y darles un giro a las formas tradicionales de vivir. Así la caracterizan (Zamorano Farías, Salgado Carrasco, & Lara Mendoza, 2014) al señalar:

El concepto cultura es una auto descripción histórica, producto de la modernidad. Su característica principal ha sido la de presentarse como un elemento que acompaña el proceso por el cual, la modernidad comienza a observarse en distintos campos a través de una mirada de segundo orden. En este sentido, la cultura permite realizar una observación a partir de que pueden aparecer separadas las dimensiones de producción del sentido social y temporal (p. 432).

En las ideas previamente citadas se comprende que la cultura puede ir más o menos ligada a momentos específicos, pero en realidad, en el presente, es un marco de referencia en el que los habitantes interpretan lo que ha pasado e imaginan lo que está por venir. Una perspectiva

que les permite identificar lo que son y proyectar lo que quieren ser. Un concepto público, pero también privado que reúne a personas distintas en torno a historias comunes.

Es por ello que para la UNESCO (2016) la cultura sigue siendo un asunto de vital importancia porque habla de la diversidad, un valor que promueve las diferencias, la tolerancia y la integración en medio de una sociedad globalizada, así (Segovia Alonso, 2016) dice:

En primer lugar, la cultura es la diversidad creativa que está incorporada en ‘culturas’ particulares, cada una de ellas con sus propias tradiciones y expresiones tangibles e intangibles. En segundo lugar, la cultura (en singular) se refiere al impulso creador que da origen a esa diversidad realizada. Estos dos significados de la cultura —una que hace referencia a sí misma y otra que se trasciende— son indisolubles y constituyen la clave de la fecunda interacción de todos los pueblos en el contexto de la mundialización (p. 13).

En la visión de este organismo especializado de las Naciones Unidas, se identifica otro atributo del concepto como es su multidimensionalidad, puesto que la cultura no se forma, ni se expresa en un solo ámbito, sino que le permea todo, tiene un alcance generalizado que incluso las personas pueden ignorar en términos académicos, pero que los integra y atraviesa en su vida cotidiana. En ese sentido, surge el propósito del proyecto actual de visibilizar la conexión o el desconocimiento que tienen los habitantes de Cúcuta con su cultura para progresivamente ir mostrando que es algo más amplio y diverso de lo que ellos creen.

Dentro de las categorías es oportuno abordar la noción de *identidad*, un concepto que permanece vinculado a la idea y las definiciones de cultura, en esa dirección algunos autores e investigadores la ven como una de sus consecuencias directas, mientras que otros la asocian e interpretan bajo la noción de territorio. En esa dirección se trata de una conjunción entre ambos conceptos, (Cepeda Ortega, 2018): La identidad se encuentra ligada al desarrollo de un lugar y se va originando gracias a su evolución. Toda comunidad genera

costumbres, tradiciones, leyes, etc., para crecer y avanzar a lo largo del tiempo, que componen y forman su cultura. A cambio, gracias a la cultura, dicha comunidad es capaz de continuar desarrollándose. Por ello, la identidad local de un pueblo viene caracterizada por su cultura, su desarrollo en definitiva (p. 254).

Ante el peso que tienen las diferentes variables que componen la identidad, es preciso señalar que tanto las características geográficas, la condición de frontera, climáticas, la temperatura cálida durante gran parte del año, y sus hábitos como por ejemplo reunir a la familia los domingos, son pequeños, pero determinantes signos que contribuyen a que quien habita en Cúcuta se sienta y reconozca cucuteño.

Dentro de la revisión se encuentra que (Orduna Allegrini, 2003) diferencia los conceptos de identidad y sentido de pertenencia, una aclaración necesaria para el desarrollo de esta investigación:

Por lo tanto, podríamos decir que la identidad cultural se trata de un sentimiento de pertenencia a un colectivo social que posee una serie de características y rasgos culturales únicos, que le hacen diferenciarse del resto y por los que también es juzgado, valorado y apreciado. Aun así, no podemos confundir el concepto de identidad cultural con el de sentimiento comunitario. El primero de ellos, como acabamos de explicar, son los rasgos culturales característicos de un pueblo. En cambio, el sentimiento de comunidad es la manera que tiene cada individuo de ese pueblo de vivir y sentir dicha cultura, pero que resulta totalmente necesario para que la comunidad se mantenga cohesionada (p. 182).

En ese sentido, la identificación de los habitantes con el entorno donde viven pasa por apreciar sus elementos y propiedades, es decir si alguien no reconoce lo bueno, lo interesante y también lo que no es tan amable, difícilmente podrá reconocer que cuenta con una identidad cultural y tomará decisiones sin reparar en lo que genere mayor beneficio o afectación a su municipio, ciudad o región.

Algunos investigadores como Amtmann (1997) citado en (Campos Winter, 2018), han delimitado y focalizado los alcances de la identidad y han propuesto la denominación de identidad regional que consiste en:

Un compromiso afectivo vital con el pasado, presente y futuro de los procesos económicos sociales y culturales que acaecen en una localidad o región. Este compromiso vital, entonces, es una fuerza social para asumir el proyecto de desarrollo compartido por los actores, al que pueden subsumirse los intereses conflictivos entre categorías de actores (p. 208).

En lo referente a la identidad regional, se perfila como una visión estratégica del tema, donde la cultura y la identidad son vistas como activos que pueden contribuir al desarrollo económico, político, social y turístico de las ciudades, puesto que al ser reconocidas, desarrolladas y gestionadas por las entidades públicas o privadas se van conformando redes de colaboración que promueven la innovación, el progreso y el crecimiento de las sociedades.

De acuerdo a lo anterior, se aborda la tendencia del *citymarketing*, la cual es denominada como una estrategia de promoción de la marca ciudad, que es descrita por Andrade (2016) como una línea de la planeación estratégica que contribuye a la viabilidad y competitividad de las urbes, sin hacer distinciones en torno a su tamaño en metros cuadrados o cantidad de habitantes. En la misma óptica (García, 2010) la define al afirmar:

El marketing de ciudades o city marketing puede definirse, por consiguiente, como una política activa integrada por un conjunto de actividades orientadas, por una parte, a identificar y determinar las necesidades de sus diferentes públicos, reales y potenciales; y, por otra parte, a desarrollar una serie de productos y servicios en la ciudad para satisfacer dichas necesidades, creando y potenciando su demanda (p. 14).

Entre las posibilidades que abre esta noción con su aplicación se tiene el mejoramiento sustancial en la imagen de la ciudad debido a que los habitantes trabajan en su forma de pensar y ubicarse dentro de su realidad social. Sus consecuencias son principalmente dos, según (Gómez Navas & Salinas González, 2017):

La primera, que la ciudad toma su forma, contenido y significado en la mente de las personas; y la segunda, que la gente conoce y entiende la ciudad a través de sus propias percepciones, y las procesa a través de la imagen que la esta ofrece (p. 6).

De la misma forma, exige que se identifiquen los elementos diferenciadores de la ciudad, se reconozcan los aspectos intangibles que son vivenciados por los habitantes y se visibilicen las historias que le otorgan cohesión a las experiencias o sucesos que han tenido lugar en un entorno determinado. En general, es uno de los efectos que se espera conseguir con la producción audiovisual propuesta, puesto que al narrar los atributos, actividades y fortalezas de Cúcuta se puede contribuir al mejoramiento y la difusión de su buena imagen.

Un modelo de esto es la obra ‘Una Ciudad Imaginada’ de Silva (1986), la cual ha seguido evolucionando como concepto, puesto que remite a las percepciones que los habitantes tienen sobre las ciudades en las que habitan, donde generalmente se impone lo imaginado porque determina las acciones ciudadanas de aceptación o rechazo, de interés o descuido, entre otras. Dentro de su visión, (Silva, 2015):

Los imaginarios no son manipulables. Uno podría diseñar una campaña de publicidad para decir, por ejemplo, “Venga a Pereira, la más bella y la más segura.” A partir de la campaña, uno podría generar un cambio, pero no tan significativo. Los imaginarios cambian mucho. Por ejemplo, la campaña puede ser exitosa en posicionar a la ciudad como segura, pero luego ocurre un crimen y se desatan otra vez los temores. Ya que los imaginarios se refieren a la percepción ciudadana, vienen de todos lados: de los medios, de la literatura, entre otros (p. 1).

De tal manera, que los contenidos informativos o periodísticos al adquirir un matiz publicitario pueden incidir en los cambios de opinión y fortalecer el sentido de pertenencia, pero eso sucede siempre y cuando exista un ambiente psicológico propicio para ello. Incluso cuando las situaciones económicas, políticas o sociales sean adversas, al ser bien gestionado el *citymarketing*, puede despertar y mantener activo el compromiso de los habitantes por mejorar las condiciones dominantes.

Finalmente y vinculado con el género de la producción diseñada en este proyecto, se aborda la *crónica* como las historias que tienen una clara relación con el desarrollo temporal logrando reflejar las condiciones específicas de una experiencia (Rioseco Perry, 2008). Con el paso de los años ha demostrado su potencial narrativo y se ha considerado su versatilidad para difundir diferentes tipos de información, según (García Galindo & Cuartero Naranajo, 2016):

El carácter híbrido de la crónica lo destaca Alex Grijelmo cuando la define explicando que esta toma elementos de la noticia, del reportaje y del análisis. Se distingue de los dos últimos en que prima el elemento noticioso y en muchos periódicos suele titularse efectivamente como una noticia. Y se distingue de la noticia porque incluye una visión personal del autor (p. 6).

En ese sentido, ofrece diferentes enfoques y oportunidades para contar un tema, en el caso de la cultura y la identidad de Cúcuta, se multiplican las opciones para identificar personajes, hechos históricos o costumbres que se convierten en el punto de partida para compartirlo bajo la modalidad de la crónica.

De la misma forma, para (Chillón, 2014) este género se ha mantenido en evolución constante, lo cual le ha concedido mayor libertad al creador de contenido, quien puede imprimir su visión dentro del producto, siempre que no falte a la verdad de lo narrado:

Dado que no está sometido a preceptos compositivos, el cronista ordena los hechos sin trabas ni pautas – partiendo por ejemplo de una anécdota o bien de una digresión personal – y escribe tan libremente como sabe, aplicando una voluntad de estilo que trasciende la mera relación informativa de datos y testimonios. Se puede decir que el estilo de la crónica conjuga agilidad y eficacia periodísticas con elaboración literaria, y que esta libertad expresiva es posible en buena parte gracias al nexo de familiaridad que el cronista establece con el lector – dada la periodicidad con que escribe y la especialización temática que cultiva (p. 23).

El encuentro entre la flexibilidad y la rigurosidad, la posibilidad de captar la atención del espectador y guiarlo a través de la historia son algunos de los atributos que convierten a la crónica en el mejor formato posible para la iniciativa del Brochazo Cultural. En ese orden de

ideas en este apartado del marco teórico se encuentran las nociones claves para estructurar y llevar a la realidad la propuesta.

### **Capítulo III. Propuesta de Producción**

#### **3.1 Presentación de la propuesta comunicativa**

“Brochazo cultural” nace como un diagnóstico audiovisual participativo con formato sondeo en las calles de Cúcuta, preguntándoles a las personas sobre la historia de la ciudad y los que respondan correctamente se ganan diferentes premios. La propuesta se divide en dos fases, la primera fase es formato sondeo: Los cucuteños participan en la sección del

“Brochazo Cultural” en donde el presentador Camilo Beltrán recorre las calles de la ciudad de Cúcuta buscando ciudadanos que respondan correctamente las preguntas del día; para validar la información en el formato existe “El Experto del día” quien responde correctamente las

preguntas; los ciudadanos que acierten, automáticamente ganarán premios de empresas aliadas al proyecto.

La segunda fase del proyecto corresponde a crónicas audiovisuales de 5 minutos como máximo, con diferentes temas de identidad Nortesantandereana, en ellas se tendrá la participación de historiadores y fuentes de información alineados al tema correspondiente, así como también se complementará con sondeos a los ciudadanos.

Las crónicas serán emitidas por el Canal TRO (canal regional) todos los jueves a las 5:00 p.m. en el programa Zona F, además serán publicadas en el fanpage del programa para añadir viralidad y llegar al público de los milenios.

### **3.2 Objetivo:**

Visibilizar la identidad cultural de los cucuteños a través de crónicas audiovisuales con el fin de generar un imaginario colectivo en sus habitantes.

### **3.3 Público objetivo**

El público al que se le llegará con las crónicas a través del formato “Brochazo Cultural” es Nortesantandereano entre los 16 años y 45 años de edad, que es el target del programa Zona F, emitido por canal TRO a las 5:00 pm.

### 3.4 Cronograma de Producción

<b>CRONOGRAMA PRODUCCIÓN</b>					
<b>“El Brochazo Cultural”</b>					
<b>Rodaje Crónica I</b>	29 Abril-3 Mayo	<b>Edición</b>	6 -10 Mayo	<b>Emisión:</b>	16 De Mayo
<b>Rodaje Crónica II</b>	6 -10 Mayo	<b>Edición</b>	13-17 Mayo	<b>Emisión</b>	23 De Mayo
<b>Rodaje Crónica III</b>	13-17 Mayo	<b>Edición</b>	20-24 Mayo	<b>Emisión</b>	30 De Mayo
<b>Rodaje Crónica IV</b>	20-24 Mayo	<b>Edición</b>	27-31 Mayo	<b>Emisión</b>	6 De Junio
<b>Rodaje Crónica V</b>	27-31 Mayo	<b>Edición</b>	3-7 De Junio	<b>Emisión</b>	13 De Junio

<b>Rodaje Crónica VI</b>	3-7 De Junio	<b>Edición</b>	10-14 De Junio	<b>Emisión</b>	20 De Junio
<b>Rodaje Crónica VII</b>	10-14 De Junio	<b>Edición</b>	17-21 De Junio	<b>Emisión</b>	27 De Junio
<b>Rodaje Crónica VIII</b>	17-21 De Junio	<b>Edición</b>	24-28 De Junio	<b>Emisión</b>	4 De Julio

### 3.5 Etapa de preproducción

“El Brochazo Cultural” es una producción audiovisual encargada de desempolvar la historia de los asuntos históricos importantes y hacer un engranaje con el presente actual del cucuteño, para venderlo no solo a los locales; sino a nacionales y extranjeros.

Adicionalmente realizar una maqueta mental y teórica sobre los tres principios básicos y necesarios: preproducción, producción y postproducción, es necesario no olvidar el norte del proyecto; vender ciudad, por ello es fundamental iniciar con lo siguiente, según (Garcia, 2010):

“El marketing de ciudades o city marketing puede definirse, por consiguiente, como una política activa integrada por un conjunto de actividades orientadas, por una parte, a identificar y determinar las necesidades de sus diferentes públicos, reales y potenciales; y, por otra parte, a desarrollar una serie de productos y servicios en la ciudad para satisfacer dichas necesidades, creando y potenciando su demanda”.(p. 14).

#### 3.5.1 Selección de temas y fuentes a consultar, según la producción seleccionada

<p>Aeropuerto Internacional Camilo Daza</p>	<p>Historiador: Henry Mina Ingeniero de Obra. Jorge López Director Aeropuerto. Alejandro Castiblanco</p>
<p>Zona Rosa</p>	<p>Comerciantes Zona Rosa (3). 1.Eddy Cabrera. 2.Luis Miguel Moran 3.Hernando Peña Historiador:</p>
	<p>Gustavo Gómez</p>
<p>Miradores turísticos</p>	<p>Arquitecto: Janice Parada Historiador: Trino Ortega Secretaria de cultura y Turismo de Cúcuta.</p>

Extranjeros en Cúcuta.	Músico Australiano: Anton Lock Mago Venezolano: Mago Greco Comerciante Palestino: Mohammed
Avenida Cero	Historiador: Luis Eduardo Suarez Fuente Bibliográfica. “Cúcuta la gran Ciudad”
Calles mitológicas	Arquitecta: Janice Parada Habitante Barrio la Cabrera: Aura
Gastronomía Híbrida.	Fuentes bibliográficas: Eddy Cabrera. Fuad Assaf-Comerciantes Gastronómicos
Ruta del Café.	Cultivadores de café: Café Galavis: Lina Galavis

### 3.5.2 Investigación requerida

Las técnicas de investigación periodística aplicadas al Proyecto “El Brochazo Cultural”

fueron de tipo cualitativa, tomando como referencia a Martínez (2011) quién la define como:

(Martinez & Martinez Rodriguez, 2011) desplegadas en entrevista profunda, a cada una de las fuentes de información para las diferentes crónicas audiovisuales, así como también la investigación de fuentes bibliográficas como “Cúcuta, la gran Ciudad” de Cicerón

Flórez, Patricia Giraldo y Sixta Tulia, y reuniones previas con historiadores tales como Henry Mina Gustavo Gómez, Trino Ortega, Luis Eduardo Suarez; a quienes también se reconoce el aporte significativo y fundamental para este proyecto.

En el mundo moderno, el desarrollo del conocimiento se ve influenciado principalmente por los componentes del diario vivir, su atribución en la cultura, los avances tecnológicos y los cambios permanentes de la sociedad en general que demandan el desarrollo de abordajes investigativos que llevan a analizar y explicar dicha realidad. En el campo educativo, la mejor manera de producir conocimiento será a partir del conocer, comprender e interpretar la realidad existente, la cual se puede abordar a través de un enfoque de investigación cualitativa, la cual, permite interpretar con profundidad y detalle lo que está sucediendo con un objeto de estudio que parte de la realidad pero que dicha interpretación se hace de manera integral, donde el sujeto investigador hace parte del fenómeno u objeto que está estudiando (Portilla, Rojas, Arteaga , 2014)

La investigación cualitativa se interesa por captar la realidad social, a través de los ojos de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que está teniendo el sujeto de su propio contexto (Alvarez, 2011)

Para (Alvarez, 2011) la investigación cualitativa tiene como propósito la construcción de conocimiento sobre la realidad social, a partir de las condiciones particulares y la perspectiva de quienes la originan y la viven; por tanto, metodológicamente implica asumir un carácter

dialogico en las creencias, mentalidades y sentimientos, que se consideran elementos de análisis en el proceso de producción y desarrollo del conocimiento con respecto a la realidad del hombre en la sociedad de la que forma parte.

### Guiones requeridos para la producción

#### Crónica 1: Aeropuerto Internacional Camilo Daza

#	¿Quién?	Descripción	Tiempo
1	INTRO BROCHAZO CULTURAL	Introducción de la producción Brochazo Cultural, con imágenes de apoyo de algunos de los sitios emblemáticos de la ciudad musicalizada.	00:16
2	Camilo Beltrán- presentador  (ENTRADA) Voz En Off	Un aeropuerto para todos, el nuevo lema del Aeropuerto internacional Camilo Daza. Pero antes, recordemos ¿Quién es Camilo Daza?, un joven pamplonés soñador en grande y precursor de la aviación en Colombia, un personaje icónico para la historia de Norte de Santander.  Henry Mina, historiador por vocación, servidor de norte de Santander y se apasiona por las tradiciones de Norte de Santander. (Imagen del arropa)	00:42
3	Fuente Henry Mina	“Se le dio este nombre al Aeropuerto Internacional...”  “...En pilotear un avión”	01:05

4	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	Conocido por la grandeza de un ideal soñado y ambicionado, la aviación, Camilo Daza arrancó un bastidor de una ventana, se lo sujetó por la parte de la espalda y se arrojó del tejado. Su amor por la altura la demostró desde muy pequeño	01:21
5	Fuente Henry Mina	-“Era su sueño...”  -“... Lo mandaron para España”	01:31
6	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	Su perseverancia y resiliencia no permitió que su sueño fuera truncado, si no que por cosas del destino conoció en España mentores de la aviación que le impulsaron a cumplir su sueño de Pilotear por primera vez en Colombia un avión en 1919. Hoy Camilo Daza no solo hace parte de la historia Colombiana, si no también es icono de la aviación; por eso el aeropuerto de la capital Nortesantandereana lleva su Nombre.	01:57
7	Fuente Alejandro Castiblanco Dir.  Aeropuerto Int. Camilo	-“Bueno, para hacernos una idea...”  -“...Operadores en general”	02:26

	Daza		
8	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	(Imagen apoyo) Alejandro Castiblanco, Administrador de empresas y aerolíneas con 20 años de trayectoria.  Director desde el 2016 del aeropuerto Internacional Camilo Daza.	02:37
9	Fuente Alejandro Castiblanco Dir.  Aeropuerto Int. Camilo Daza	-“Estamos contando con ...”  -“...Vamos a implementarlo en el Aeropuerto Camilo Daza”	03:06
10	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	(Con una ampliación de 3.945 m2 el aeropuerto Camilo Daza se convierte en uno de los aeropuertos más importantes y con mayor proyección del país; en el 2019 se espera superar el millón de visitantes.	03:22

11	Fuente Alejandro Castiblanco Dir.  Aeropuerto Int. Camilo Daza	-“Es el único aeropuerto ...”  -“...Vamos a implementarlo en el Aeropuerto Camilo Daza”	02:37
12	Fuente Alejandro Castiblanco Dir.  Aeropuerto Int. Camilo Daza	-“Estamos contando con ...”  -“...Y tengamos un sistema operacional alto”	03:48
13	Narrador Camilo Beltrán  Voz en OFF	El nuevo Aeropuerto Internacional Camilo Daza cuenta con un diseño Biosostenible, que además de darle un aire de frescura, innovación y vanguardia se compromete con el consumo responsable de energía.	04:01
14	Jorge López - Director de obra	-“Es importante mencionar ...”  -“Somos comparables con el Dorado...”	04:47
15	INN	Imágenes De Apoyo E Inn	05:11

**Crónica 2: Zona Rosa**

#	¿Quién?	Descripción	Tiempo
1	Intro Brochazo Cultural	Introducción de la producción Brochazo Cultural, con imágenes de apoyo de algunos de los sitios emblemáticos de la ciudad musicalizada.	00:16
2	Camilo Beltrán- Presentador (Entrada)	“Bienvenidos a un nuevo capítulo...”  “...Que se presenta en esta zona, bienvenidos”	00:42
3	Narrador  Camilo Beltrán  Voz en off	Los Caobos es un barrio de estrato alto de Cúcuta.  Pertenece a la Comuna del Centro. Hace tan solo 10 años, era un lugar netamente residencial; hoy la zona  Rosa de Cúcuta, entonces ¿Cuál era la zona rosa de Cúcuta hace 10 años?	01:00
4	Fuente Gustavo  Gómez	“O sea que ya en 1875...”  “...Eso fue prácticamente una zona rosa”	01:44
5	Narrador  Camilo Beltrán  Voz en OFF	Cúcuta, desde años atrás, ha sido un destino turístico no solo para los Venezolanos, si no para diferentes nacionales y extranjeros que la ven como una ciudad que posee de muchos planes y a costos bajos.	01:57

6	Hernando PeñaEmpresario Zona Rosa	-“La gente de afuera le fascina ...”  -“...A comparación de otras ciudades”	02:24
7	Narrador	La alcaldía se ha comprometido en ordenar y a su vez	02:36
	Camilo Beltrán Voz en off	permitirle a los cucuteños y visitantes que disfruten la Zona Caobos con cultura y responsabilidad.	
8	Camilo Beltrán	“Otro de los beneficios...”  “...Apetitiva por todos los cucuteños”	02:53
9	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	Este barrio representa el distrito financiero de la ciudad, se pueden encontrar importantes lugares como centros comerciales, tiendas por departamento, hoteles, clínicas, así como también bares y restaurantes.	03:09
10	Fuente Luis Miguel MoranEmpresario Zona Rosa.	“Tenemos Centros comerciales ...”  “...Una cifra bastante aproximada”	03:37
11	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	Algunos empresarios, de hecho; hace 10 años que llegaron precursores de que hoy la Zona Caobos tenga dicho reconocimiento, hacen referencia que no siempre se llamó Zona Rosa.	03:48

12	Fuente	-“Con unos amigos que también ...”  -“...Zona g , Zona T así”	04:26
	Eddy CabreraEmpresaria  Zona  Rosa.		
13	Narrador Camilo Beltrán	Cualquiera sea su nombre; hoy la Zona Rosa es una  Zona turística, emblemática y de entretenimiento, que	04:39
	Voz en OFF	une y refresca la identidad de todos los cucuteños, amémosla y cuidémosla.	
14	Camilo Beltrán	“Hemos llegado...”  “...con que la comparte”	05:00
15	INN	IMÁGENES DE APOYO E INN	05:10

**Crónica 3: Miradores Turísticos**

#	¿Quién?	Descripción	Tiempo
1	Intro Brochazo Cultural	Introducción de la producción Brochazo Cultural, con imágenes de apoyo de algunos de los sitios emblemáticos de la ciudad musicalizada.	00:16
2	Camilo Beltrán- presentador  (ENTRADA)	“Bienvenidos a un nuevo capítulo...”  “... bienvenidos”	00:39
3	Narrador  Camilo Beltrán  Voz en OFF	La serranía de Las Campanas ,montañas de La Tascarena y cordillera de La Garita, Son algunos de los accidentes geológicos que abrazan a la capital Norte santandereana, no todos los miradores de Cúcuta son representativos por su vegetación o vista, también por la historia que representan.	00:55
4	Fuente  Janice Parada	“Esta es la columna...”  “...la última fue en 1994”	01:11
5	Narrador  Camilo Beltrán  Voz en OFF	Miradores como Cristo Rey, La loma de Bolívar y el Cerro Jesús Nazareno, son construcciones que no solo hacen parte de la identidad de los cucuteños; si no que además son riqueza cultural.	01:21

6	Trino Ortega Artista	“La ciudad como...” “...actividad religiosa”	01:42
	Plástico		
7	Camilo Beltrán- Voz off	Desde actividades culturales, momentos de esparcimiento creativo hasta fotografías con vista panorámica podrá conseguir en todas y cada una de las paradas. El Cerro Nazareno podrá brindarle una vista de 360° posicionándola como una de las más visitadas.	02:02
8	Camilo Beltrán  Presentador	“Muy bien y en esta...”  “...miradores turísticos”	02:14
9	Narrador  Camilo Beltrán  Voz en OFF	Algunos nacionales y extranjeros apasionados por la fotografía ven a la ciudad con deseo por sus picos y vista panorámica; de hecho, el mayor número de visitantes a cada uno de los miradores; es de extranjeros.	03:04
10	Secretaria de cultura Sherly  Gonzales	“la secretaria...”  “...de nuestra ciudad”	03:24

11	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	La más reciente inversión fue la del cerro Jesús nazareno, más de 2179 millones de pesos, actualmente el Monumento Cristo Rey está siendo remodelado con un presupuesto de más de 8 mil millones de pesos, que siguen demostrando que Cúcuta, es la ciudad de los	03:48
		miradores.	
12	Camilo Beltrán – Presentador	“Hemos llegado...”  “...del Brochazo Cultural”	04:28
13	Inn	Imágenes De Apoyo E Inn	04:33

#### Crónica 4: Extranjeros en Cúcuta

#	¿Quién?	Descripción	Tiempo
1	Intro Brochazo Cultural	Introducción de la producción Brochazo Cultural, con imágenes de apoyo de algunos de los sitios emblemáticos de la ciudad musicalizada.	00:16
	Camilo Beltrán- presentador  (ENTRADA)	“Bienvenidos a un nuevo capítulo...”  “..., bienvenidos”	00:33

2	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	La primera gran migración árabe se dio entre 1880 y 1920, por Barranquilla y se desplegaron por la costa hasta Ocaña y Cúcuta. Vivían de su ancestral habilidad como mercaderes a domicilio a precios bajos. Cúcuta desde entonces los acogió como una familia.	00:49
3	Mohammed	“Bueno, vivió...”	01:08
	Abdala-palestino	“...Futuro de nosotros”	
4	Presentador Camilo Beltrán	“si bien es cierto...” “...alemanes y venezolanos”	01:30
5	Mohammed Abdala-palestino	“Al principio...” “...para no confundirlos”	01:49
6	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF Voz en OFF	Grandes artistitas y músicos decidieron también llegar a Cúcuta en busca de una nueva oportunidad y otros por culpa del amor.	02:02
7	Anton Lock-Australiano	“Vine a Colombia...” “...identifique a la gente”	03:05

8	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	La principal migración fue sin duda la venezolana, la mayoría era de Maracaibo y seguida muy de cerca por los italianos. Quienes le llamaban “Tierra propicia para los negocios” , Aunque los tiempos han cambiado, aun la migración por Venezolanos es alta; muchos a cumplir sueños.	03:21
9	MAGO	“He tenido la oportunidad...”	03:49
	GRECCO- Venezolano	“...para cualquier empresa”	
11	Camilo Beltrán – Presentador	“Ante el mundo...”  “...dinámica de latinoamerica”	04:02
12	INN	IMÁGENES DE APOYO E INN	04:20

### Crónica 5: Avenida Cero

#	¿Quién?	Descripción	Tiempo
---	---------	-------------	--------

1	Intro Brochazo Cultural	Introducción de la producción Brochazo Cultural, con imágenes de apoyo de algunos de los sitios emblemáticos de la ciudad musicalizada.	00:16
	Camilo Beltrán-presentador	“Bienvenidos a un nuevo capítulo...”  “..., bienvenidos”	00:33
2	Narrador Camilo Beltrán	La avenida Cero de Cúcuta, única en el mundo constituye uno de los hitos más significativos y característicos de la ciudad, desde julio de 1950 se	00:50
	Voz en OFF	convirtió en el trazo más importante, se reconoce como la espina dorsal de la Cúcuta moderna desde el siglo pasado.	
3	Luis Eduardo Suarez- Historiador	“La avenida Cero...”  “...En la diagonal Santander”	01:24

4	Narrador  Camilo Beltrán	<p>El arquitecto Ignacio Brahim, Nacho, como familiarmente le nombraban sus amigos, convocó para el día 31 de julio a un grupo de personalidades y amigos a quienes invitaron al Hotel Arizona. En dicha reunión se creó lo que sería la primera asociación de voluntarios para la protección y embellecimiento de la avenida cero. Tiempo después Alvaro Riascos plasmó esto a través de su apoyo incondicional en la creación y desarrollo de</p> <p>CORPOCERO, “Corporación para la recuperación y mantenimiento de la Avenida 0”, junto a Gustavo Ararat y José Ignacio Brahim.</p> <p>Lo que sería un café entre amigos, se convirtió en una visión iluminada para dejarnos ese escudo protector que es esta institución.</p>	02:08
5	Luis Eduardo  Suarez- Historiador	<p>“En la década...”</p> <p>“...calle 10”</p>	02:44
6	Narrador  Camilo Beltrán  Voz en OFF	<p>Edificios, como el Hotel Tonchalá; el Centro Comercial Gran Bulevar; el Hotel Arizona; el edificio Rosetal, Telecom. Le fueron dando un carácter avanzado de ciudad, y alrededor de ellas, fue creciendo una nueva imagen de modernismo, que ha transformado al sector.</p>	02:58

7	Presentador Camilo Beltran	“Admirada no solo...”  “...Al espacio público”	03:14
8	Narrador Camilo Beltrán  Voz en OFF	Algunos predios de los alrededores de la avenida cero fueron donados por personajes importantes de la ciudad, es por eso que algunos lugares llevan su nombre en honor.	03:26
9	Luis Eduardo  Suarez- Historiador	“Además...”  “...La esposa de don Rudesindo”	04:09
10	Camilo  Beltrán – Presentador	Se puede decir que la avenida cero es la arteria principal de Cúcuta. Caminar por sus anchos andenes y su gran arborización es un todo un lujo que se dan los habitantes y viajeros que llegan a la ciudad. En ella se encuentra gran cantidad de locales comerciales, que aportan en una gran parte al comercio de la perla del norte. Esta avenida nos hace únicos en el mundo.	04:31
11	Presentador	“Cúcuta emana...”	04:44
	Camilo  Beltran	“...Del brochazo cultural”	
12	INN	IMÁGENES DE APOYO E INN	04:55

**Crónica 6: Calles Mitológicas**

#	¿Quién?	Descripción	Tiempo
1	Intro Brochazo Cultural	Introducción de la producción Brochazo Cultural, con imágenes de apoyo de algunos de los sitios emblemáticos de la ciudad musicalizada.	00:16
2	Camilo Beltrán- presentador  (ENTRADA)	“Bienvenidos a un nuevo capítulo...”  “..., bienvenidos”	00:31
3	Narrador  Camilo Beltrán  Voz en OFF	Casa de duende así conocida también la hermosa y valerosa Cúcuta, en sus calles principales años atrás atravesaba la creciente del río pamplonita y la majestuosidad del ferrocarril hacia su recorrido, hoy día solo queda el vivo recuerdo de aquella ciudad que hoy se ha convertido en un escenario de comercio e innovación.  Después del terremoto en el año 1875, Cúcuta tuvo varios cambios en su estructura vial. Entre ellas la avenida 5ta que es la más amplia de la ciudad.	01:01
4	Janice Parada- Arquitecta	“Lo que sucede...” “...tren de la ciudad”	01:26

5	Narrador Camilo Beltrán	De aquellas casonas coloniales, como la Quinta Teresa y la quinta cogollo ubicadas en carrera Venezuela que para aquella época eran de las más prestigiosas y valoradas por la cercanía de la toma de agua.	01:39
6	Janice Parada	“La Quinta Teresa...”  “...Esta área”	02:16
8	Camilo Beltrán Presentador	“En la búsqueda...”  “...algunos de ellos”	02:30
7	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	En nuestro camino por encontrar calles que guardan mitología e historia, encontramos una esquina afamada por los habitantes del barrio La Cabrera, cuya leyenda dice que sus paredes guardan almas en pena, que rondan las habitaciones y los pasillos de una casa que hoy es de las más temidas en Cúcuta, Nuestro equipo decidió entrar a comprobarlo.	02:53
8	Aura- Habitante  “Casa del espanto”	“Yo escucho...”  “...como niños”	03:18
9	Narrador	Sus Ventanas y terminaciones ya tienen cicatrices del	04:21

	Camilo Beltrán  Voz en OFF	tiempo, la energía del lugar es espeluznante y su silencio eterno perturbante, sus esquinas están blindadas con cruces que evocan la fe en Dios y rechazan la presencia de espíritus y almas en pena. No muy lejos del lugar nos encontramos con una esquina que se deja decorar por una casa que guarda historia y muchos misterios, La casa Nazi; Intentamos acceder al lugar, pero no obtuvimos autorización. Egon Benhard, El hombre que se encargó de elegir cada detalle de la casa; Fue un militar alemán. En 1941 fue terminada la construcción y posterior a esto Egon, se radica en Cúcuta. De su descendencia queda su nieto, quien en algunas oportunidades ha entregado a medios de comunicación información sobre la cercanía que tenía su abuelo con Hitler. EN 1987 Egon fue encontrado muerto de un disparo en la cabeza, se dice que desde entonces se sienten presencias inexplicables.	
10	Camilo  Beltrán – Presentador	“Y los dejo...”  “...Brochazo Cultural”	04:38
11	INN	IMÁGENES DE APOYO E INN	04:49

#	¿Quién?	Descripción	Tiempo
1	Intro Brochazo Cultural	Introducción de la producción Brochazo Cultural, con imágenes de apoyo de algunos de los sitios emblemáticos de la ciudad musicalizada.	00:16
2	Camilo Beltrán-presentador  (ENTRADA)	“Bienvenidos...”  “...Brochazo Cultural”	00:31
3	Narrador  Camilo Beltrán  Voz en OFF	<p>A mediados del Siglo XVII, doña Juana Rangel de Cuéllar (fundadora de Cúcuta) y su madre, doña Paula, hicieron de su centro de vivienda la Hacienda del Tonchalá y desde allí ubicada en lo que hoy conocemos como el municipio de Cúcuta.</p> <p>Para poder cumplir con sus correrías, visitando sus cabezas de ganado y diferentes cultivos o travesías eran demasiado largas a lomo de caballo, ella debía llevar merienda para aguantar las largas jornadas de recorrido.</p> <p>Contaba entonces entre sus esclavos, con Magreb (africano del Noroeste), un moro de su más absoluta confianza y quien hacía las veces de cocinero, quien le preparaba los avíos necesarios de acuerdo a sus correrías, pero, en especial, el favorito de doña Juana,</p>	01:44

		<p>un envuelto que hacía con harina de granos a los que humedecía y asaba en forma (una especie de pan plano), al que rellenaba con un grano traído del Mediterráneo Oriental, Turquía o Grecia llamado garbanzo, junto con especias de La India que le prolongaban su durabilidad.</p> <p>¿El pastel de Garbanzo?</p>	
4	<p>Eddy Cabrera- Empresaria Cocina Japonesa</p>	<p>“pero si...” “...Garbanzo”</p>	02:01
5	<p>Narrador Camilo Beltrán</p>	<p>Hoy, más de 280 años después, en Cúcuta, LA CIUDAD DE LOS PASTELES, mueve al año más de 40 millones de dólares en este subvalorado producto y que genera más de 5000 empleos, Cocinas Internacionales; como la japonesa la han acoplado a sus recetas. La Giosa es una de ellas.</p>	02:20
6	<p>Eddy Cabrera- Empresaria Cocina Japonesa</p>	<p>“Y porque no...” “...Garbanzo”</p>	02:51

7	Narrador Camilo	Doña Juana nos dejó un legado e influencias de medio oriente; con el paso de los años, libaneses y árabes han	03:03
	Beltrán Voz en off	llegado a la capital nortesantandereana a entregar su gastronomía.	
8	Fuad Assaf	“Bueno...”  “...cucuteño”	04:23
9	Narrador Camilo Beltrán Voz en OFF	La llegada de extranjeros no solo ha permitido que la gastronomía cucuteña se modifique, sino que también ha educado el paladar de los cucuteños.	04:32
10	Camilo Beltrán – Presentador	“Ya conocemos...”  “...en una próxima”	04:48
11	INN	IMÁGENES DE APOYO E INN	04:58

### Crónica 8: Ruta del café

#	¿Quién?	Descripción	Tiempo
1	Intro Brochazo Cultural	Introducción de la producción Brochazo Cultural, con imágenes de apoyo de algunos de los sitios emblemáticos de la ciudad musicalizada.	00:16

2	Camilo Beltrán- Presentador	“Bienvenidos...”  “...Brochazo Cultural”	00:36
3	Narrador Camilo Beltrán Voz En OFF	El padre Francisco Romero Torres era un teólogo rosarista, nacido en Usme, Cundinamarca, en octubre de 1.807, de donde salió con varios destinos hasta llegar a Salazar de las Palmas, desde 1834 hasta 1850. Siendo un promotor extraordinario del café en nuestra región, hizo más que los oficios de un párroco escuchando y repartiendo bendiciones en un confesionario, también fue un político conservador y un experto en la compraventa de tierras, cacaoteras, cañeras o cafeteras impulsando a los campesinos a ver el café una oportunidad de vida.  Norte de Santander sigue siendo un cultivador en gran potencia de café, empresas que llevan más de 100 años en el mercado siguen procesando y comercializando el café de nuestra región.	01:27
4	Lina GalavisGerente Café Galavis	“esta empresa...”  “..como compañía”	02:00

5	Narrador Camilo Beltrán	El café en norte de Santander tiene un gran significado, esta mata que trasciende generaciones de familia, amor y esperanza por una región que sigue apostando a cultivar café.	02:11
6	Lina GalavisGerente Café Galavis	“esto es un...” “...en este momento”	02:40
7	Camilo Beltrán	“Salazar de las palmas...” “...Conozcámosla”	02:56
8	Narrador Camilo Beltrán Voz En OFF	A tan solo 44 kilómetros de distancia se encuentra el hermoso municipio de Chinácota, con un clima que nos supera los 20 grados. El equipo del BROCHAZO CULTURAL se fue en busca de una historia y una buena taza de café.	03:10
9	Álvaro Villada- Cafetero	“Cuando yo...” “...especialmente con el café”	03:45
10	Narrador Camilo Beltrán Voz En OFF	Se dice que el primer café que entro a Colombia provenía de Venezuela y entro por el oriente, por esta razón que en Norte de Santander por sus montañas y cordilleras se respira el aroma a café.	03:59

11	Álvaro Villada- Cafetero	“De hecho...”  “...hace ciento y pico de años”	04:32
12	Camilo Beltrán- Presentador	“Una buena historia...”  “...Brochazo Cultural”	04:43
13	Intro	Intro	04:56

### **3.6. Etapa de producción**

En esta etapa se ejecutaron las actividades planificadas en la etapa de preproducción. Para poder llevar a cabo la realización de las 8 crónicas audiovisuales, se hizo la investigación preliminar y las fuentes que se iban a investigar, que nos diera paso al cumplimiento del objetivo general. Los tres integrantes tomamos cada uno diferentes roles, para facilitar el trabajo según las necesidades requeridas para la producción del material audiovisual.

#### **3.6.1. Grabación Material visual y Sonoro**

Teniendo en cuenta las fechas y horarios establecidos en el plan de producción se realizaron las grabaciones requeridas para llevar a cabo la construcción de las crónicas audiovisuales, fue necesario contar con el aporte de historiadores, promotores culturales y

entes gubernamentales para recolectar los antecedentes históricos que trascendieron la historia de Cúcuta.

### **3.6.2. Selección y Análisis del material**

Se realizaba la selección de la crónica que se iba a rodar, con las respectivas fuentes de información, proponiendo las preguntas más importantes para cada entrevistado, después de tener el material grabado; en la p2 (disco duro) se descargaba el material en el estudio de edición de la productora Tv Norte, se guardaba cada una por carpetas con las imágenes de apoyo de cada crónica

### **3.7. Etapa de postproducción**

En primera instancia se hizo una revisión completa del material grabado e imágenes de archivo para el diseño final del guion técnico de edición. Posteriormente, se seleccionó el material rodado y se realizó el pietaje del mismo. Luego, se importó al software de edición en donde se le agregaron elementos gráficos y sonoros con el fin de crear las secuencias y la estructura narrativa que hacen parte de las crónicas.

#### **3.7.1. Edición y montaje de la producción audiovisual**

En esta etapa se estableció el orden definitivo y la duración de los planos. Se creó un intro para todas las crónicas con la imagen alusiva a la ciudad, además, se adicionaron procesos de sonorización, gráficos y efectos. En la edición se mantuvo los planos frescos con los entrevistados, siempre buscando los lugares más icónicos de la ciudad, como imágenes de apoyo que ayudaran a lograr un contenido más representativo de Cúcuta.

Para lo que fue necesario de escaletas que permitieran dar orden y estructura a las crónicas audiovisuales; así como también plantear una ruta irreversible en la edición de cada una de ellas.

<b>Crónica 1: Aeropuerto Camilo Daza</b>		<b>Duración Total: 05:10</b>		
<b>Número</b>	<b>Tiempo Acumulado</b>	<b>Duración Segmento</b>	<b>Tipo de segmento</b>	<b>Descripción</b>
1	00:00:16	00:00:16	Vídeo y audio	INTRO
2	00:00:22	00:00:06	Video	Apoyo Aeropuerto
3	00:00:46	00:00:24	Apoyos y Audio	Introducción Voz off 1
4	00:01:10	00:00:14	Vídeo y audio	Entrevista Henry Mina
5	00:01:24	00:00:14	Apoyos y música	Voz off 2
6	00:01:36	00:00:12	Vídeo y audio	Entrevista Henry #2

7	00:02:01	00:00:25	Apoyos y música	Voz off 3
8	00:02:30	00:00:29	Vídeo y audio	Entrevista Alejandro
9	00:02:41	00:00:11	Apoyos y música	Voz off 4
10	00:03:11	00:00:30	Apoyos y audio	Entrevista Alejandro 2
11	00:03:28	00:00:17	Imagen en movimiento	Voz off 5
12	00:03:52	00:00:24	Vídeo y audio	Entrevista Alejandro 3
13	00:04:04	00:00:12	Apoyos y música	Voz off 6
14	00:05:02	00:01:02	Apoyos y audio	Entrevista Jorge 1
15	00:05:12	00:00:10	Imagen en movimiento	Apoyo Aeropuerto
16	00:05:17	00:00:05	Imagen en movimiento	INTRO

<b>Crónica 2: Zona Rosa</b>	<b>Duración Total: 05:10</b>
-----------------------------	------------------------------

<b>Número</b>	<b>Tiempo Acumulado</b>	<b>Duración Segmento</b>	<b>Tipo de segmento</b>	<b>Descripción</b>
1	00:00:16	00:00:16	Vídeo y audio	Intro
2	00:00:41	00:00:25	Video	Presentación
3	00:00:59	00:00:18	Apoyos y Audio	Introducción Voz off 1
4	00:01:43	00:00:44	Vídeo y audio	Entrevista Gustavo Gómez
5	00:01:56	00:00:16	Apoyos y música	Voz off 2
6	00:02:24	00:00:28	Vídeo y audio	Entrevista Hernando #1
7	00:02:35	00:00:11	Apoyos y música	Voz off 3
8	00:02:52	00:00:17	Vídeo y audio	Presentación
9	00:03:08	00:00:16	Apoyos y música	Voz off 4
10	00:03:36	00:00:28	Apoyos y audio	Entrevista Luis 1
11	00:03:48	00:00:12	Imagen en movimiento	Voz off 5

12	00:04:24	00:00:36	Vídeo y audio	Entrevista Eddy 1
13	00:04:40	00:00:16	Apoyos y música	Voz off 6
14	00:04:58	00:00:18	Vídeo y audio	Presentación
15	00:05:05	00:00:07	Imagen en movimiento	Apoyo
16	00:05:10	00:00:05	Imagen en movimiento	Intro

<b>Crónica 3: Miradores Turísticos</b>		<b>Duración Total: 04:29</b>		
<b>Número</b>	<b>Tiempo Acumulado</b>	<b>Duración Segmento</b>	<b>Tipo de segmento</b>	<b>Descripción</b>
1	00:16	00:00:16	Vídeo y audio	INTRO
2	00:39	00:00:21	Video	Presentación
3	00:55	00:00:16	Apoyos y Audio	Introducción Voz off 1
4	01:11	00:00:16	Vídeo y audio	Entrevista Janice Parada
5	01:21	00:00:10	Apoyos y música	Voz off 2
6	01:42	00:00:21	Vídeo y audio	Entrevista Trino

7	02:02	00:00:20	Apoyos y música	Voz off 3
8	02:40	00:00:38	Vídeo y audio	Entrevista 2 Trino
9	03:00	00:00:20	Vídeo y audio	Presentación
10	03:14	00:00:14	Apoyos y audio	Voz off 4
11	03:34	00:00:20	Imagen en movimiento	Entrevista Sherly
12	03:53	00:00:19	Apoyos y audio	Voz off 5
13	04:18	00:00:15	Vídeo y audio	Presentación
14	04:28	00:00:10	Vídeo y audio	Intro

<b>Crónica 4: Extranjeros en Cúcuta</b>		<b>Duración Total: 04:05</b>		
<b>Número</b>	<b>Tiempo Acumulado</b>	<b>Duración Segmento</b>	<b>Tipo de segmento</b>	<b>Descripción</b>
1	00:00:16	00:00:16	Vídeo y audio	INTRO
2	00:00:34	00:00:18	Video	Presentación
3	00:00:53	00:00:21	Apoyos y Audio	Introducción Voz off 1
4	00:01:12	00:00:24	Vídeo y audio	Entrevista Mohammed #1

5	00:01:33	00:00:21	Apoyos y música	Presentación
6	00:01:50	00:00:17	Vídeo y audio	Entrevista Mohammed #2
7	00:01:58	00:00:08	Apoyos y música	Voz off 2
8	00:02:58	00:00:60	Vídeo y audio	Entrevista Anton Lookk
9	00:03:17	00:00:19	Apoyos y música	Voz off 3
10	00:03:46	00:00:29	Apoyos y audio	Entrevista Mago Grecco
11	00:04:06	00:00:22	Imagen en movimiento	Presentación

<b>Crónica 6: Calles Mitológicas</b>		<b>Duración Total: 04:49</b>		
<b>Número</b>	<b>Tiempo Acumulado</b>	<b>Duración Segmento</b>	<b>Tipo de segmento</b>	<b>Descripción</b>
1	00:16	00:00:16	Vídeo y audio	INTRO
2	00:30	00:00:14	Video	Presentación

3	01:01	00:00:31	Apoyos y Audio	Introducción Voz off 1
4	01:26	00:00:25	Vídeo y audio	Entrevista Janice 1
5	01:39	00:00:13	Apoyos y música	Voz off 2
6	02:15	00:00:36	Vídeo y audio	Entrevista Janice #2
7	02:30	00:00:08	Apoyos y música	Presentación
8	02:53	00:00:23	Vídeo y audio	Voz off 3
9	03:18	00:00:25	Apoyos y música	Entrevista Aura
10	04:21	00:00:29	Apoyos y audio	Voz off 4
11	04:38	00:00:22	Imagen en movimiento	Presentación
12	04:49	00:00:29	Apoyos y audio	Intro

<b>Crónica 5: Av Cero</b>		<b>Duración Total: 4:55</b>		
<b>Número</b>	<b>Tiempo Acumulado</b>	<b>Duración Segmento</b>	<b>Tipo de segmento</b>	<b>Descripción</b>
1	00:16	00:00:16	Vídeo y audio	INTRO

2	00:33	00:00:17	Vídeo	Presentación
3	00:50	00:00:33	Apoyos y Audio	Introducción Voz off 1
4	01:25	00:00:35	Vídeo y audio	Entrevista Luis 1
5	02:07	00:00:42	Apoyos y música	Voz off 2
6	02:43	00:00:36	Vídeo y audio	Entrevista Luis #2
7	03:00	00:00:18	Apoyos y música	Voz off 3
8	03:11	00:00:11	Vídeo y audio	Presentación
9	03:23	00:00:12	Apoyos y música	Voz off 4
10	04:08	00:00:45	Apoyos y audio	Entrevista Luis 3
11	04:31	00:00:22	Imagen en movimiento	Voz en off 5
12	04:44	00:00:13	Imágenes y audio	Presentación
13	04:55	00:00:11	Imagen en movimiento	Intro

<b>Crónica 7: Gastronomía Híbrida</b>		<b>Duración Total: 4:57</b>		
<b>Número</b>	<b>Tiempo Acumulado</b>	<b>Duración Segmento</b>	<b>Tipo de segmento</b>	<b>Descripción</b>
1	00:16	00:00:16	Vídeo y audio	INTRO
2	00:31	00:00:18	Video	Presentación
3	01:44	00:01:13	Apoyos y Audio	Introducción Voz off 1
4	02:03	00:00:21	Vídeo y audio	Entrevista Eddy
5	02:23	00:00:20	Apoyos y música	Voz off 2
6	02:50	00:00:17	Vídeo y audio	Entrevista Eddy #2
7	03:02	00:00:08	Apoyos y música	Voz off 3
8	04:23	00:00:60	Vídeo y audio	Entrevista Fuad 1
9	04:32	00:00:19	Apoyos y música	Voz off 4
10	04:48	00:00:29	Apoyos y audio	Presentación
11	04:58	00:00:22	Imagen en movimiento	Intro

<b>Crónica 8: Ruta del café</b>		<b>Duración Total: 04:56</b>		
<b>Número</b>	<b>Tiempo Acumulado</b>	<b>Duración Segmento</b>	<b>Tipo de segmento</b>	<b>Descripción</b>
1	00:16	00:00:16	Vídeo y audio	INTRO
2	00:36	00:00:20	Video	Presentación
3	01:27	00:00:51	Apoyos y Audio	Introducción Voz off 1
4	02:00	00:00:33	Vídeo y audio	Entrevista Lina
5	02:11	00:00:11	Apoyos y música	Voz off 2
6	02:40	00:00:29	Vídeo y audio	Entrevista Lina #2
7	02:56	00:00:16	Apoyos y música	Presentación
8	03:10	00:00:60	Vídeo y audio	Voz off 3
9	03:45	00:00:19	Apoyos y música	Entrevista Alvaro 1
10	03:59	00:00:29	Apoyos y audio	Voz en off 4
11	04:32	00:00:22	Imagen en movimiento	Entrevista Alvaro 2
12	04:43	00:00:22	Imagen en movimiento	Presentación

13	04:56	00:00:22	Imagen en movimiento	Intro
----	-------	----------	----------------------	-------

<b>Brochazo Cultural</b>				
<b>Realizadores:</b>			<b>Duración:</b> 8 clips de 5 min aprox.	
Juan Camilo Beltrán Pacheco			<b>Fecha de realización:</b>	
Leidy Rodríguez Rodríguez			01 –Abril- 2019-15-Julio-2019	
Juan David Rojas Mandón			<b>Mes:</b> Mayo-Junio-Julio	
Fecha	Actividad	Horario	Responsable	Recursos
01-04-2019	Evaluación y elección de los cuentos	09:00 AM 3:00 PM.	Realizadores	*Agenda
	para la producción			
	Diseño y elaboración de los formatos de producción	10:00 a.m. – 06:00 p.m.	Realizadores	*Computador ACER *Computador SAMSUNG *Computador Toshiba

10052019- 30-06- 2019	Grabación de los (8)	08:00 a.m. – 06:00 p.m.	Realizadores	* Cámara de Tv *Micrófono de Solapa *Trípode *Luz de Cámara *Vestuario Presentador
10052019- 30-06- 2019	Grabación de voz en off. Narrador	2:30 p.m.	Realizadores	**Sala de grabación. Productora TV NORTE *Guiones impresos
10052019- 30-06- 2019	Edición y montaje. Postproducción	08:00 a.m. – 12:00 p.m.	Realizadores	*Sala de edición. Productora TV NORTE *Computador de mesa Imac

#### **Capítulo IV. Conclusiones**

La duración de las crónicas audiovisuales oscila entre 4 y 5 minutos, esto permite que los televidentes aborden los productos de una perspectiva distinta al de las crónicas de larga

duración. La narrativa audiovisual es más concisa y dinámica, teniendo en cuenta que la difusión se hará en televisión y medios digitales.

El contacto con cada una de las fuentes fue fundamental para crear las crónicas que generan sentido de pertenencia en los cucuteños. El proceso de indagar, escuchar y reflexionar nos permitió conocer un poco más de todo lo que nos rodea y por lo cual debemos sentirnos orgullosos como ciudadanos.

La musicalización y los elementos sonoros fueron primordiales para crear la atmósfera narrativa. Fue importante seleccionar el material dispuesto para musicalizar desde la etapa de preproducción y la voz en off contextualizo a las personas que observaron las crónicas.

Las crónicas como formato de producción audiovisual es una oportunidad para romper los esquemas de cómo ver televisión en la actualidad. La tradición oral ha perdido importancia en los procesos de documentación audiovisual, “El brochazo cultural” permitió recopilar ocho historias que muestren diferentes aspectos positivos de la ciudad.

## **Recomendaciones**

Es importante que las investigaciones puedan tener continuidad, en el caso de “El brochazo cultural”, se plantea que la producción audiovisual se replique en otros municipios del área metropolitana de Cúcuta y del departamento. La idea surge con el objetivo de dejar abierta una oportunidad para que estudiantes de Comunicación Social interesados en la producción audiovisual puedan explorar otros formatos y narrativas audiovisuales.

Los contenidos producidos en las crónicas son temas de interés para la comunidad, en la realización del brochazo cultural se apostó por manejar elementos comunicativos, desde el lenguaje, la cultura y la tradición oral.

Por último, es importante que los trabajos que se realicen para recuperar la identidad y la cultura, manejen diferentes plataformas digitales para que los productos audiovisuales se difundan a diferentes públicos.

### **Referencias Bibliográficas**

Ballestas Caro, N. (2018). Miradas propias. Pueblos indígenas, comunicación y medios en la sociedad global. (U. d. Rosario, Ed.) *Anuario electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 11(2). Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/6839>

Banco de La República Cultural. (2018). *Cúcuta después del terremoto de 1875*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/impresiones-de-unviaje/index.php/episodios/view?id=123>

Banco de la República Cultural. (2019). *Reconociendo la Ciudad con el Bicentenario de la Independencia*. Obtenido de <http://www.banrepultural.org/cucuta/actividad/reconociendola-ciudad-con-elbicentenario-de-la-independencia>

Bautista, A. (1992). Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales de Guillermo Orozco Gómez. *Redalyc*, IV(14), 319-322. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/316/31641419.pdf> c. (s.f.).

Campos Winter, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Scielo*, 199-212. Obtenido de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0717-554X2018000200199](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-554X2018000200199)

Canclini. (2015). Cultura y Sociedad. *Altillo*. Obtenido de [https://www.altillo.com/examenes/unlp/antropologia/antropologia\\_rescanc\\_2015.asp](https://www.altillo.com/examenes/unlp/antropologia/antropologia_rescanc_2015.asp)

Cens Grupo EPM. (2016). *La Playa de Cúcuta: historia, música y cultura*. . Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=DtT0GJW07ZU>

Cepeda Ortega, J. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: El patrimonio y la educación. *Dialnet*, 244-262. Obtenido de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet->

UnaAproximacionAlConceptoDeIdentidadCulturalAParti-6448230%20(2).pdf

Chillón, A. (2014). La palabra facticia. Literatura, periodismo y comunicación. *Dialnet*.

Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=575154>

Cordero Durán, L. (2018). La comunicación como proceso cultural. Pistas para el análisis.

*Scielo*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2308-01322018000300013](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-01322018000300013)

Coronado, A., Moreno, N., & Torres, A. (2016). Estrategia para el reconocimiento de la identidad cultural y el sentido de pertenencia de inmigrantes latinoamericanos. *Scielo*.

Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/agor/v16n2/v16n2a02.pdf>

Cúcuta Cómo Vamos. (2019). *Encuesta Percepción Ciudadana Final 2018*. Obtenido de

[http://www.cccucuta.org.co/media/PDF\\_COMunicaciones/cucutacomovamos.pdf](http://www.cccucuta.org.co/media/PDF_COMunicaciones/cucutacomovamos.pdf)

DANE. (2019). *Empleo y desempleo*. Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleoydesempleo>

FENALCO. (2019). *Sector Comercio*. Obtenido de <https://fenalcocucuta.com/>

García Galindo, J., & Cuartero Naranajo, A. (2016). La crónica en el periodismo narrativo en español. *Famecos*, 16. Obtenido de

[http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/24926/1](http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/24926/14861)

4861

García, J. S. (2010). *Marketing para ciudades: las ciudades también se venden, las ciudades son producto*. España: pensar la publicidad. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3440018>

Gómez Navas, J. S., & Salinas González, J. (2017). Comunicación integral en construcción de marcas ciudad, aportes, tensiones y desafíos. *Prisma Social - Revista de ciencias sociales*(19). Obtenido de <http://revistaprismasocial.es/article/view/1744>

Gómez, L., Ortiz, K., Pabón, C., Parra, D., & Salinas, N. (2018). *Bucaramanga como un modelo de ciudad competente a nivel cultural*. Obtenido de [http://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion\\_noticias/Bucaramanga%20como%20un%20modelo%20de%20ciudad%20competente%20a%20nivel%20cultural.pdf](http://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion_noticias/Bucaramanga%20como%20un%20modelo%20de%20ciudad%20competente%20a%20nivel%20cultural.pdf)

ral.pdf

Largo Pérez, L. V. (2013). Rescate y difusión de la diversidad cultural en el mundo global. *Scielo*, 27(60), 205-211. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0187-](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-358X2013000200010)

358X2013000200010

Lizondo Kopan, N. L. (2018). La comunicación con identidad. Regulaciones y un estudio de caso. *Urosario*, 11(2). Obtenido de <https://revistas.urosario.edu.co/xml/5115/511555883004/index.html>

Martín Barbero, J. (2010). Las transformaciones del mapa cultural: Una visión desde América Latina. *Latina*. Obtenido de <http://www.revistalatinacs.org/aa2000vfe/barbero.html>

Martin Barbero, J. (2012). De la comunicación a la Cultura: perder el "objeto" para ganar el proceso. *Redalyc*, 76-84. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/860/86023575006.pdf>

Martinez, & Martinez Rodriguez, J. (2011). Métodos de Investigación Cualitativa. *Revista de la Corporación Internacional para el Desarrollo Educativo*, 12.

Migración Colombia. (2019). *Cifras Migración*. Obtenido de <http://www.migracioncolombia.gov.co/venezuela/Todo%20sobre%20Venezuela.pdf>

Orduna Allegrini, G. (2003). Desarrollo local, educación e identidad cultural. Estudios sobre educación. *Dadun.Unav*, 67-83. Obtenido de <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8408/1/Estudios%20Ee.pdf>.

Rioseco Perry, V. (2008). La crónica: la narración del espacio y el tiempo. *Scielo*, 5(9), 25-46. Obtenido de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-00632008000200002](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632008000200002)

Sarrazín, J. P. (2018). Crítica al elogio de la diversidad cultural. (P. U. Javeriana, Ed.) *Javeriana*, 37-72. Obtenido de [https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/SyP/37-72%20\(2018\)/86057225001/](https://revistas.javeriana.edu.co/files-articulos/SyP/37-72%20(2018)/86057225001/)

Segovia Alonso, A. I. (2016). Comunicación, cultura y diversidad. *UCM. Universidad Complutense de Madrid*. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/issue/view/2974>

Silva, A. T. (2015). Ciudades sostenibles. *BID*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/ciudadessostenibles/es/imaginarios-urbanos/>

Zamorano Farías, R., Salgado Carrasco, R., & Lara Mendoza, A. (2014). El concepto cultura en la sociedad moderna: una observación desde la teoría de sistemas sociales. *Redalyc*,

XX(3), 429-445. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28032296002>

## **Anexos**

**Anexo 1:** carta de la productora TV Norte