



Sistematización de prácticas profesionales en Corcumvi

Juan Diego Alvarado Alvarado

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Orinoquía)

Centro Universitario Villavicencio (Meta)

Programa Comunicación Social - Periodismo

mayo de 2025

Sistematización de prácticas profesionales en Corcumvi

Sistematización de la experiencia en el área de comunicaciones de CORCUMVI, aprendizajes y desafíos en la cobertura cultural y producción de contenidos

Juan Diego Alvarado Alvarado

Sistematización de experiencia presentado como requisito para optar al título de Comunicador Social - Periodista

Asesor(a)

Álvaro Andrés Pérez Sastre

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Oriente (Orinoquía)

Centro Universitario Villavicencio (Meta)

Programa Comunicación Social - Periodismo

mayo de 2025

Contenido

Lista de tablas	5
Resumen	7
Introducción	8
Justificación	9
Marco Conceptual	10
Planteamiento del problema	13
Pregunta orientadora:	13
Objetivos	14
Objetivo general:	14
Objetivos específicos:	14
Metodología	15
Contextualización	32
Reconstrucción	34
Conclusiones	37
Recomendaciones:	38
Referencias	40

Lista de tablas

Tabla 1, Ficha técnica	18
Tabla 2, Ficha de entrevistas	19
Tabla 3, Ficha de colusiones	30

Resumen

El presente trabajo de sistematización recoge la experiencia de práctica profesional desarrollada por Juan Diego Alvarado en la Corporación Cultural Municipal de Villavicencio (**CORCUMVI**), entre agosto de 2024 y enero de 2025. Esta práctica se enfocó en la creación de contenidos en el área de comunicaciones institucionales, en escenarios como la redacción de boletines de prensa, la producción audiovisual, la gestión de redes sociales y el monitoreo de medios.

La sistematización se realizó a partir de un análisis reflexivo que incluyó entrevistas estructuradas al equipo de comunicaciones, permitiendo evaluar variables como la calidad técnica de los productos, tiempos de producción, roles del equipo, problemáticas enfrentadas, errores comunes y oportunidades de mejora. El documento destaca cómo eventos como el Maratón de Joropo, la Semana de la Literatura y el Libro, y FILVI 2024 representaron momentos clave que pusieron a prueba la capacidad organizativa, creativa y técnica del equipo de comunicaciones.

Se identificaron desafíos recurrentes como la falta de recursos, sobrecarga de trabajo, inconsistencias en la identidad visual y dificultades logísticas. No obstante, también se evidenciaron aprendizajes significativos, mejoras progresivas en la planificación estratégica y una mayor cohesión del equipo. Esta experiencia permitió articular la teoría con la práctica en un contexto real, fortaleciendo competencias profesionales y ofreciendo insumos valiosos para futuros procesos comunicativos en CORCUMVI.

- *Palabras clave: Sistematización de experiencias, práctica profesional, Comunicación institucional, producción de contenidos, gestión cultural, producción audiovisual, monitoreo de medios, identidad visual, estrategia comunicativa, aprendizaje profesional, eventos culturales*

Introducción

La práctica profesional es una etapa fundamental en la formación académica, ya que permite aplicar los conocimientos adquiridos en un entorno real y fortalecer habilidades clave para el desempeño laboral. En este contexto, realicé mis prácticas profesionales en la **Corporación Cultural Municipal de Villavicencio (Corcumvi)**, una entidad dedicada a la promoción y gestión de la cultura en la región.

Mi periodo de práctica inició el **23 de agosto de 2024** y se desarrolló en diversos escenarios de gran relevancia para el sector cultural local, en los cuales pude involucrarme activamente en la planificación, difusión y la cobertura en el desarrollo de estas experiencias significativas. Entre las experiencias más significativas destacan:

Línea de Tiempo de Eventos Culturales

23 de agosto – Concierto Banco de la República (Agrupación Changó)

12 de octubre – Primera Edición del Maratón de Joropo

10 al 17 de noviembre – Semana de la Literatura y el Libro

26, 27 y 28 de noviembre – FILVI 2024

19 de diciembre – Recorrido del Consejo de Cultura de Villavicencio en Bogotá

17, 18 y 19 de enero – 2do Festival de Verano Río Guatiquía

A lo largo de estos meses, mi participación en estos espacios me permitió comprender la importancia de la gestión cultural, fortalecer mis habilidades comunicativas y organizativas, y contribuir al desarrollo de iniciativas que impactan la comunidad. Finalmente, el **23 de enero de 2025**, culminé mi etapa de prácticas, llevándome una valiosa experiencia profesional y un profundo aprendizaje sobre el sector cultural y su impacto en la sociedad.

Justificación

Este proceso formativo no solo fortaleció competencias en producción audiovisual y gestión de redes sociales, sino que también promovió el desarrollo de habilidades organizativas y de trabajo en equipo, fundamentales para el ejercicio profesional en el ámbito de la comunicación institucional y cultural.

La sistematización de esta experiencia resulta fundamental, ya que permite dejar un registro detallado de los desafíos enfrentados y los aprendizajes adquiridos durante la etapa de la práctica. Este registro no solo proporciona una herramienta de reflexión sobre los procesos y resultados obtenidos, sino que también ofrece una valiosa retroalimentación tanto para la universidad como para la Corporación. A través de esta sistematización, se facilita el análisis de las áreas que requieren mejora y se ofrece un punto de partida para futuros practicantes, contribuyendo a la mejora continua de las estrategias de comunicación institucional en la corporación. Así, se genera un espacio de aprendizaje que, al ser compartido, enriquece el desarrollo académico y profesional de los involucrados y fortalece la relación entre la universidad y la organización

Marco Conceptual

El presente trabajo de sistematización se centra en la experiencia de creación de contenidos desde el área de comunicaciones de CORCUMVI, lo cual exige comprender conceptualmente diversos elementos vinculados a la comunicación institucional, la producción de contenidos y los procesos estratégicos de difusión. A continuación, se presentan los conceptos fundamentales que permiten interpretar de manera crítica las acciones realizadas durante la práctica profesional:

Sistematización de experiencias

La sistematización es un proceso metodológico que permite organizar, reconstruir y analizar críticamente una experiencia vivida, con el fin de generar aprendizajes y conocimientos aplicables a futuros contextos (Jara, s.f.). En este trabajo, la sistematización se orienta a reflexionar sobre la creación de contenidos en escenarios reales de comunicación institucional, rescatando tanto los aciertos como los desafíos enfrentados por el equipo de comunicaciones de CORCUMVI.

La comunicación institucional se entiende como el conjunto de acciones y estrategias que una organización emplea para transmitir su identidad, valores y objetivos a sus públicos internos y externos (Comunicólogos, s.f.). En el contexto, esta dimensión comunicativa adquiere un papel central, ya que la difusión efectiva de eventos culturales depende de la claridad y coherencia en los mensajes emitidos, así como del fortalecimiento de la imagen institucional.

Producción de contenidos digitales

La producción de contenidos comprende la planificación, diseño, elaboración y publicación de materiales informativos y promocionales, que pueden ser escritos, gráficos o audiovisuales. Estos contenidos deben ser coherentes con la identidad institucional y adaptarse a los formatos y lenguajes de los medios digitales. Desde el área de comunicaciones de la corporación, se produjeron videos, boletines de prensa y piezas para redes sociales con el objetivo de cubrir y difundir eventos clave para la ciudad.

Producción audiovisual

Este concepto hace referencia al proceso técnico y creativo de elaboración de productos en formato video o multimedia, que incluyen desde la preproducción (planeación), hasta la edición final y

su publicación. La producción audiovisual fue una herramienta fundamental durante la práctica, ya que permitió registrar y proyectar las actividades culturales desarrolladas por la corporación.

Los **boletines de prensa** son piezas informativas breves destinadas a medios de comunicación, que comunican de forma clara y estratégica hechos noticiosos de CORCUMVI, estos documentos jugaron un rol clave para comunicar logros, convocatorias y eventos al público externo, buscando visibilidad mediática y fortalecimiento de la presencia institucional.

Gestión de contenidos y planificación estratégica

La gestión de contenidos implica organizar y distribuir información de manera eficiente, considerando tanto los recursos disponibles como los objetivos de comunicación de la institución (Ibexa, s.f.). Esta gestión requiere de una planificación estratégica, entendida como el proceso de definir metas, asignar roles y anticipar posibles dificultades para garantizar una difusión coherente y efectiva de los contenidos. Durante la práctica, esta planificación resultó clave para enfrentar problemas como la sobrecarga de eventos o la escasez de recursos.

Full/cuña

Es un anuncio pregrabado, completamente autónomo en cuanto a contenido respecto al programa en el que se emite, con una duración promedio de 30 segundos (La Cuña Publicitaria, 2024). Las cuñas radiales cumplieron un papel importante en el área de comunicaciones, ya que fueron diseñadas como productos específicos para las emisoras institucionales y medios aliados.

La **identidad visual** es el conjunto de elementos gráficos y simbólicos que representan a una institución y la diferencian de otras (Perez, 2021). Su correcta aplicación en piezas gráficas, videos y publicaciones fortalece el reconocimiento de marca. En CORCUMVI, uno de los retos fue mantener la coherencia estética entre los productos generados por diferentes miembros del equipo, lo cual afectaba la uniformidad del mensaje institucional.

Monitoreo de medios

El monitoreo de medios consiste en observar, analizar y registrar cómo los diferentes canales informativos (tradicionales o digitales) presentan los contenidos relacionados con la organización. Esta práctica permitió evaluar la cobertura externa de los eventos organizados por CORCUMVI y ajustar las estrategias comunicativas según la recepción y el impacto logrado

Planteamiento del problema

Pregunta orientadora:

¿Cuáles son los retos enfrentados en mi práctica profesional, considerando los escenarios en los cuales me desempeñé en Corcumvi, tales como: Creación de contenidos para redes sociales, redacción de boletines de prensa y monitoreo de medios?

La experiencia que se desea sistematizar es el **proceso y las problemáticas que se presentaron en la creación de contenidos** en el área de comunicaciones de CORCUMVI, enfocándose en la cobertura y difusión de eventos culturales y procesos institucionales clave. Esta sistematización permitirá analizar la evolución del equipo en la producción de material audiovisual, boletines de prensa y contenido para redes sociales, destacando los avances en planificación, ejecución y estrategia comunicativa.

El período de intervención a considerar abarca **desde el inicio de la participación del equipo de comunicaciones en estos eventos y procesos hasta la finalización de la práctica profesional**. Se tomarán como referencia experiencias significativas.

A través de esta sistematización, se busca documentar los aprendizajes, desafíos y logros en la creación de contenidos, así como proponer estrategias para fortalecer la comunicación institucional en futuros eventos y procesos de CORCUMVI.

Objetivos

Objetivo general:

Sistematizar las experiencias de mi práctica profesional en CORCUMVI, con énfasis en la creación de contenidos en el área de comunicaciones, a partir de un análisis reflexivo de los aprendizajes, desafíos y logros obtenidos en la cobertura y difusión de eventos culturales y procesos institucionales.

Objetivos específicos:

- Reconstruir el proceso vivido en la práctica profesional mediante una narración cronológica y analítica que permita comprender los hechos desde lo práctico, teórico y conceptual.
- Identificar los aportes y transformaciones personales y profesionales derivados de la práctica, reconociendo los factores que incidieron en dichos cambios.
- Reflexionar críticamente sobre la experiencia vivida, con el fin de proyectar aprendizajes aplicables a futuros contextos laborales o de intervención profesional.

Metodología

A fin de sistematizar mi experiencia de práctica profesional en CORCUMVI, realicé entrevistas estructuradas a los integrantes del equipo de comunicaciones de la Corporación. Cada pregunta de las entrevistas apuntaba a indagar por una de las siguientes variables (con sus correspondientes dimensiones) a:

Calidad técnica de los productos:

Evaluación de la calidad audiovisual (resolución de imágenes, claridad del audio en videos, edición de contenidos).

Coherencia visual y textual en los productos creados, tanto en el diseño gráfico como en los mensajes que se transmiten.

Alineación con la identidad corporativa, verificando que los contenidos sean consistentes con la imagen institucional de CORCUMVI.

Tiempo de creación de los productos:

Análisis de los tiempos de producción de los productos (publicaciones, videos, material gráfico), desde la planificación hasta la publicación.

Comparación de los tiempos de creación antes y después de las mejoras en los procesos.

Personal involucrado en su desarrollo:

Distribución de roles dentro del equipo de trabajo para conocer qué áreas son las más demandantes de recursos humanos.

Problemas enfrentados:

Identificación de los principales desafíos durante el proceso de creación y difusión de contenido, como la falta de recursos, limitaciones tecnológicas, dificultades en la colaboración del equipo, entre otros.

Análisis de las soluciones aplicadas para superar estos problemas y su efectividad.

Errores identificados:

Registro de errores cometidos en los productos finales (por ejemplo, errores en los textos, imágenes mal editadas, problemas de comunicación interna, etc.).

Aspectos a mejorar:

Evaluación de áreas de mejora en el proceso de creación y difusión de contenidos, como la eficiencia en la planificación o la coherencia en la implementación de las estrategias.

El formulario aplicado a cada uno de los informantes constó de las siguientes preguntas:

1. Calidad técnica de los productos

¿Los productos desarrollados cumplen con los estándares de calidad requeridos en cuanto a sonido, imagen, información y producción?

2. Tiempo de creación de los productos

Teniendo en cuenta la fecha de realización del evento y la fecha de publicación de los productos, ¿considera que el tiempo de desarrollo ha sido eficiente?

3. Personal involucrado en su desarrollo

¿El equipo de trabajo cuenta con los recursos adecuados y el personal necesario para garantizar un desarrollo eficiente y de calidad?

4. Problemas enfrentados

¿Cuáles han sido los principales desafíos durante el desarrollo de los productos y qué estrategias se han implementado para superarlos?

5. Errores identificados

¿Qué errores se han identificado en los productos desarrollados y qué acciones correctivas se han tomado para evitar su repetición en el futuro?

6. Aspectos a mejorar

¿Qué oportunidades de mejora existen en el proceso de desarrollo de los productos y qué estrategias considera necesarias para optimizar los resultados?

Se aplicaron entrevistas estructuradas a cinco integrantes del equipo de comunicaciones de la corporación, con el objetivo de evaluar las variables clave del proceso de creación de contenidos en diferentes eventos culturales.

La selección de los entrevistados respondió a la identificación de cinco escenarios principales que orientaron la sistematización: eventos culturales específicos en los cuales el equipo de comunicaciones tuvo una participación activa. Dado que no todos los miembros del equipo estuvieron involucrados en cada uno de los eventos, se asignó un entrevistado por escenario, priorizando su participación directa en la planificación, producción o difusión de los contenidos. Este criterio de inclusión permitió obtener una visión clara y diferenciada del desempeño del área de comunicaciones en cada contexto particular. Además, las entrevistas individuales facilitaron la recolección de perspectivas diversas y detalladas, enriqueciendo el análisis comparativo entre experiencias.

A continuación, se incluye la ficha técnica con la información de la realización de las entrevistas. contenidos en diferentes eventos culturales.

Tabla 1, Ficha técnica

Ficha Técnica				
	Nombre	Cargo	evento	fecha y hora
Entrevistado #1	Esly Rojas	Periodista	Concierto del Banco de la República (Agrupación Changó)	07/04/2025 Hora 9:00 p.m.
Entrevistado #2	Dayssi Grimaldo	Jefe de prensa	Primera Edición del Maratón de Joropo	08/04/2025 Hora 10:00 a.m.
Entrevistado #3	Ruth Becerra	Community manager	Semana de la Literatura, fotografía y el Libro	07/04/2025 Hora 2:00 p.m.
Entrevistado #4	Gabriel Zambrano	Periodista	Filvi 2024	04/04/2025 Hora 11:00 a.m.
Entrevistado #5	Lorena Quintero	Periodista	Recorrido del Concejo de Cultura de Villavicencio en Bogotá	07/04/2025 Hora 9:00a.m.

Una vez aplicadas las entrevistas, la información recolectada fue organizada en una matriz de análisis, lo que facilitó la interpretación de los datos y permitió extraer conclusiones para cada una de las variables definidas.

Tabla 2, Ficha de entrevistas

	Calidad técnica de los productos	Tiempo de creación de los productos:	Personal involucrado en su desarrollo
<p>Concierto (Agrupación Changó) Esly Rojas</p>	<p>La calidad técnica de los productos desarrollados en ese evento fue alta. Sin embargo, nos faltaron algunas herramientas. A pesar de ello, el equipo de comunicaciones hizo lo posible para que los productos cumplieran con los estándares. Aunque nos esforzamos por entregarlos rápidamente, en ocasiones tuvimos problemas con el sonido, la imagen o la producción. A pesar de estos inconvenientes, el equipo logró mantener un buen nivel en la calidad técnica de los productos</p>	<p>El equipo de comunicaciones siempre recibía una tarea con un plazo claro para su entrega, generalmente hasta el mediodía del día siguiente. A pesar de los desafíos en la producción, demostramos agilidad y logramos hacer un buen trabajo. En general, el tiempo de creación de los productos no superaba un día</p>	<p>El equipo de comunicaciones en ese momento estaba compuesto por solo dos personas, lo que limitaba la cantidad de productos que podíamos generar. A pesar de ello, nos esforzamos al máximo en las fotografías, videos, entrevistas y demás tareas. Aunque sería necesario ampliar el equipo, logramos entregar productos de buena calidad. Con más personas, se podrían realizar trabajos más elaborados, con mayor tranquilidad y distribución equitativa de las tareas</p>
<p>Primera Edición del Maratón de Joropo Daissy Grimaldo</p>	<p>Creo que logramos transmitir el éxito de esta primera edición del Maratón de Joropo. Se realizó un</p>	<p>Implementamos diversas estrategias de comunicación, y la programación del evento</p>	<p>En cuanto al personal, creo que hizo falta apoyo en el área logística, lo que nos llevó a asumir tareas adicionales en la</p>

	<p>excelente trabajo desde el área de comunicaciones, produciendo diversos materiales con el objetivo de generar un mayor impacto e informar a la ciudadanía sobre el evento. Sin duda, una parte clave de este éxito se debió al esfuerzo y la dedicación del equipo de comunicaciones.</p>	<p>estaba claramente definida, lo que nos permitió crear diferentes productos con antelación para informar e incentivar a instituciones, colegios y empresas a participar. Más allá de los productos finales, lo que realmente marcó la diferencia fue el tiempo dedicado a la difusión. Gracias a este enfoque, logramos cumplir con los plazos establecidos.</p>	<p>organización y ejecución del evento. Aunque esto pudo haber condicionado el trabajo, finalmente logramos cumplir con los objetivos. Una vez que todo el equipo de comunicaciones estuvo completo, pudimos realizar un excelente trabajo.</p>
<p>Semana de la Literatura, fotografía y el Libro Ruth Becerra</p>	<p>Sí, creo que dentro del equipo de comunicaciones de la corporación hay un estándar de calidad bastante alto, independientemente de la persona encargada del producto. Durante esta semana, con motivo de este evento, se pudo evidenciar este nivel de calidad. Sin embargo, la falta de equipos adecuados limita ciertos</p>	<p>Al tratarse de un evento tan extenso, era necesario subir material diariamente a la página, lo que resultó en la creación de una gran cantidad de contenido audiovisual. A pesar de esto, se cumplió con la tarea. Se realizaron historias para informar sobre cada evento realizado. Aunque, debido a la gran variedad de actividades, no se logró concretar de</p>	<p>Aunque el equipo de comunicaciones ya estaba más fortalecido, este evento requería una cobertura intensiva. Contamos con un equipo de cuatro personas dedicadas a la creación de contenido para el evento, pero, a pesar de esto, se generó una carga laboral considerable.</p>

	<p>productos y materiales. A pesar de esta dificultad, desde el área de comunicaciones logramos realizar un buen trabajo, encontrando soluciones para el problema de los equipos.</p>	<p>manera óptima el producto final, se consiguió registrar todas las actividades de forma efectiva.</p>	
<p>FILVI 2024 Gabriel Zambrano</p>	<p>Debido a la calidad técnica de los diversos productos, siempre existe cierta complejidad. Esto se debe a que es necesario incluir toda la información relevante para cada evento específico. Al final, lo esencial debe estar reflejado en el video, por lo que, en términos de sonido e imagen, se busca lograr un equilibrio adecuado. De esta forma, la información que se desea transmitir al público será la adecuada y clara.</p>	<p>En cuanto al tema del tiempo, la verdad es que siempre trato de preparar este tipo de contenidos con suficiente antelación a la fecha del evento. De esta forma, las personas pueden recibir las imágenes y videos que funcionan como una invitación, recordándoles el evento con anticipación. Esto les permite conocer las diferentes actividades y ofertas que la institución tiene preparadas, y evitar que se lo pierdan. En cuanto al momento de la publicación, efectivamente, se realiza con tiempo para asegurar un</p>	<p>Cuando se habla del personal, es importante destacar que los eventos requieren una logística compleja. El personal se encarga de la promoción, la organización del sonido, la imagen y las invitaciones a instituciones. Además de las piezas gráficas y videos, se realizan invitaciones directas a instituciones educativas. La participación del personal es clave para asegurar que los eventos gratuitos atraigan a la comunidad, ofreciendo beneficios para el desarrollo personal y fortaleciendo el prestigio de la biblioteca.</p>

		mayor alcance y atraer al público interesado.	
Recorrido del Concejo de Cultura de Villavicencio en Bogotá Lorena Quintero	Creo que los productos realizados ese día cumplieron con una buena calidad. Logramos documentar el recorrido y mantener informados a los seguidores sobre los eventos importantes de cada visita a través de historias. Además, pudimos concentrar toda la experiencia en un producto final que, a pesar de las dificultades en la producción, logró un buen resultado.	A pesar del retraso en la llegada, que generó cierta prisa en las primeras visitas, logramos documentarlas de manera adecuada. Aunque este contratiempo retrasó la entrega de los primeros productos, fuimos eficientes y cumplimos con el trabajo, cumpliendo la inmediatez que se requería.	Considero que el personal involucrado fue el adecuado, especialmente al tratarse de un trabajo en otra ciudad. Contamos con dos personas del equipo de comunicaciones que acompañaron al Consejo de Cultura durante su recorrido. El trabajo se dividió de manera equitativa, lo que facilitó la entrega del material audiovisual y los boletines de prensa.

	Problemas enfrentados	Errores identificados	Aspectos a mejorar
--	------------------------------	------------------------------	---------------------------

	Los principales	Los errores	Un aspecto a
<p>Concierto (Agrupación Changó) Esly Rojas</p>	<p>problemas que enfrentamos fueron la falta de micrófonos y la limitación de recursos. Aunque asistió mucha gente y hubiera sido ideal realizar varias entrevistas, la falta de las herramientas adecuadas lo dificultó. A pesar de estos desafíos, siempre intentamos mostrar lo mejor del evento. Las críticas fueron muy positivas y, aunque el equipo enfrentó dificultades, nos esforzamos por que el público no las notara.</p>	<p>identificados incluyen la iluminación y la falta de un buen escenario para obtener productos periodísticos de calidad. También se destacó la importancia de los micrófonos, ya que el sonido juega un papel crucial en la edición. Las voces de los entrevistados deben ser claras y nítidas, para que quienes escuchan puedan entenderlas sin dificultad.</p>	<p>mejorar es captar elementos llamativos que atraigan a las personas sin complicar lo sencillo. Con la información justa, creemos que logramos sacar un buen producto. Es importante enfocarse en capturar lo que realmente está sucediendo en ese momento, para que luego el público se interese por el producto final. No se trata de crear historias demasiado elaboradas, sino de mostrar lo auténtico para generar curiosidad. Además, creo que contar con más personal y</p>

			<p>mejorar la organización son claves para que cada tarea esté bien asignada, evitando que el producto se vea afectado por la rotación de responsabilidades.</p>
<p>Primera Edición del Maratón de Joropo Daissy Grimaldo</p>	<p>El principal desafío que enfrentamos fue que esta era la primera edición del Maratón de Joropo, lo que hizo que la difusión fuera aún más crucial. Aunque no contábamos con todos los registros necesarios en ciertos aspectos, siempre supimos cómo resolverlo. A pesar de estos contratiempos, conseguimos hacer un excelente trabajo. Creo que cumplimos con la</p>	<p>Se cometieron varios errores, pero ninguno de gran impacto. Creo que este año ya no será cuestión de prueba y error. Gracias a esta experiencia, estoy segura de que podremos hacer un trabajo aún mejor.</p>	<p>Aunque la difusión fue clave y se trabajó arduamente en ella, sería útil contar con registros más completos y detallados de los diferentes aspectos del evento, para evitar que queden aspectos "en el aire". Mejorar la planificación de la comunicación desde el inicio facilitaría la cobertura y organización de las actividades.</p>

	<p>meta, ya que logramos alcanzar visibilidad a nivel nacional, destacando el evento en Noticias RCN.</p>		
<p>Semana de la Literatura, fotografía y el Libro Ruth Becerra</p>	<p>Considero que uno de los problemas principales fue la organización y la asignación de tareas específicas para cada miembro del equipo. En varias ocasiones, dos personas terminaban realizando el mismo trabajo, mientras que a otro integrante se le asignaba una sobrecarga de tareas, mientras que otros no tenían responsabilidades tan relevantes.</p>	<p>Uno de los principales errores identificados fue la diferencia en los estilos de edición, ya que varias personas se encargaron de crear contenido para el mismo evento, incluso dentro de la misma corporación. Esto generó inconsistencias en los productos finales, lo que afectó la identidad visual de la corporación.</p>	<p>Para mejorar el rendimiento del equipo y optimizar los resultados en futuros eventos es la organización y asignación clara de responsabilidades. Si distribuimos de manera mas equitativa las tareas no solo mejora la eficiencia, sino que también evita la sobrecarga de trabajo en algunas personas.</p>

<p>FILVI 2024 Gabriel Zambrano</p>	<p>Creo que uno de los principales desafíos en el desarrollo de los diferentes productos es, precisamente, el tema del alcance. Aunque se esté hablando desde la voz de una entidad pública con prestigio, siempre es complicado llegar a todos los rincones de la ciudadanía. Convocar a las personas y llenar la biblioteca o sus espacios con los eventos que se organizan resulta ser un desafío constante. No siempre es posible lograr aforos grandes. Por lo tanto, uno de los problemas más complejos es lograr ese alcance para llegar a</p>	<p>Los errores en la publicación, generalmente relacionados con los copies, ocurren debido a la urgencia de sacar el contenido rápidamente. A pesar de que se implementan varios filtros de revisión, como la revisión inicial por la persona encargada del contenido y una posterior validación por el director de comunicaciones y la dirección de la corporación, algunos errores pueden escapar. Aunque el proceso está diseñado para minimizar fallos, en ocasiones se</p>	<p>Creo que una oportunidad de mejora en el desarrollo de productos audiovisuales y gráficos es la experimentación. Si el creador del contenido se limita a un único enfoque sin innovar, los resultados pueden volverse planos y poco atractivos. Además, el tema de los subtítulos puede ser un desafío; aunque se generan automáticamente desde herramientas de edición, no siempre quedan bien. Estos son aspectos que definitivamente necesitan mejora. Es importante evitar estancarse en un solo</p>
--	---	---	---

	<p>más personas, y además, complementar ese esfuerzo con la contribución que ellos puedan hacer a la biblioteca</p>	<p>presentan errores, especialmente en los copies, mientras que los aspectos gráficos suelen estar mejor controlados</p>	<p>estilo gráfico o audiovisual y, en cambio, seguir evolucionando y perfeccionando el contenido, buscando siempre detalles más refinados y una producción de mayor calidad.</p>
<p>Recorrido del Consejo de Cultura de Villavicencio en Bogotá Lorena Quintero</p>	<p>El principal desafío que enfrentamos fue durante la edición, ya que estábamos en constante movimiento y, al regresar, los celulares se quedaron sin carga. Además, la señal durante el viaje complicó aún más el proceso. A pesar de estos contratiempos, logramos entregar el material a tiempo, anticipándonos a los</p>	<p>La organización durante las visitas presentó algunos errores en la información que se quería transmitir, pero estos se fueron resolviendo sobre la marcha. Al tratarse de un trabajo de un solo día, no surgieron mayores complicaciones, lo que permitió cierta flexibilidad en aspectos que no</p>	<p>Dado que fue una experiencia de un solo día y sin precedentes, es difícil señalar con certeza qué aspectos se podrían mejorar. Sin embargo, considero que la información sobre las visitas no estaba lo suficientemente clara, lo que generó ciertos inconvenientes. Aunque esta falta de información no es</p>

	problemas, aunque de todas formas estos limitaron nuestra eficiencia.	requerían tanta rigurosidad.	responsabilidad directa del equipo de comunicaciones, se podría haber sido más riguroso al abordar estos trabajos, especialmente en cuanto a la precisión de la información.
--	---	------------------------------	--

El formulario aplicado a cada entrevistado fue el mismo, y las respuestas obtenidas fueron organizadas en una matriz de análisis para facilitar su interpretación. Esto permitió extraer conclusiones relevantes sobre los procesos desarrollados en la práctica profesional, así como identificar oportunidades de mejora y aprendizajes significativos.

Tabla 3, Ficha de colusiones

	Conclusiones
Concierto (Agrupación Changó) Esly Rojas	A pesar de contar con un equipo reducido, se logró cumplir con los plazos y entregar productos de buena calidad. Sin embargo, la falta de personal y la necesidad de mejorar la organización fueron aspectos clave a mejorar para optimizar la producción y garantizar una mayor calidad en el futuro. Con más recursos y una distribución más equitativa de las tareas, se podrían lograr resultados aún mejores

<p>Primera Edición del Maratón de Joropo Daissy Grimaldo</p>	<p>La primera edición del Maratón de Joropo fue un éxito, en gran parte gracias al esfuerzo y dedicación del equipo de comunicaciones. Aunque enfrentamos algunos desafíos, como la falta de apoyo en logística y la necesidad de mejorar la planificación y registros, el trabajo realizado permitió una difusión efectiva del evento.</p>
<p>Semana de la Literatura y el Libro Ruth Becerra</p>	<p>Para mejorar los procesos en los eventos y en la creación de contenido, es clave trabajar en la organización y asignación de tareas, asegurando que cada miembro del equipo tenga responsabilidades claras y equilibradas. También es importante mantener una coherencia en el estilo de edición para no afectar la identidad visual de la corporación.</p>
<p>FILVI 2024 Gabriel Zambrano</p>	<p>Aunque se hace un esfuerzo por preparar y publicar el contenido con anticipación, el alcance sigue siendo un obstáculo importante, ya que llegar a toda la ciudadanía es complicado. Los errores en la publicación, aunque controlados por filtros, son inevitables debido a la urgencia y la falta de tiempo. Además, la experimentación y la innovación en el desarrollo de productos gráficos y audiovisuales son áreas clave de mejora, para evitar que el contenido se vuelva repetitivo y plano.</p>
<p>Recorrido del Concejo de Cultura de Villavicencio en Bogotá Lorena Quintero</p>	<p>Los productos entregados cumplieron con una buena calidad, a pesar de los contratiempos como retrasos y problemas técnicos. Aunque hubo dificultades en la organización y algunos errores en la información transmitida, el equipo logró documentar de manera adecuada los eventos y entregar el material a tiempo. A pesar de ser un trabajo único de un solo día, la experiencia fue positiva y se manejaron bien los imprevistos.</p>

Contextualización

El proceso de práctica profesional se llevó a cabo en **CORCUMVI (Corporación Cultural Municipal de Villavicencio)**, una entidad dedicada a la promoción y gestión de actividades culturales en la ciudad. Esta organización desempeña un papel fundamental en la difusión del arte, la cultura y el patrimonio.

Sus instalaciones se encuentran ubicadas en la Biblioteca Pública Germán Arciniegas, biblioteca inaugurada el 4 de octubre de 1997, bajo la dirección de CORCUMVI. Este complejo cultural, ha sido un espacio clave para la convocatoria y expresión de diversas manifestaciones culturales en la ciudad de Villavicencio.

Para el desarrollo de la sistematización de la práctica profesional en Corcumvi, se establecieron **tres escenarios** de trabajo fundamentales asociadas con el perfil profesional de un comunicador social periodista de UNIMINUTO:

Creación de contenido para las redes sociales: como futuro profesional en Comunicación Social de UNIMINUTO se contó con la capacidad crítica y ética para crear contenido que no solo sea atractivo, sino que también tenga un impacto positivo en la sociedad, contribuyendo a la construcción de comunidad y desarrollo cultural de manera responsable, logrando diseñar y gestionar contenido para plataformas digitales, contribuyendo a la visibilidad de actividades culturales y eventos realizados por Corcumvi.

Redacción de boletines de prensa: Este rol se alinea directamente con la habilidad del profesional de abordar procesos de comunicación con un sentido crítico, ético y responsable. La redacción de boletines de prensa es clave para gestionar la imagen pública de proyectos e iniciativas, transmitiendo de manera efectiva los objetivos y el impacto de las actividades, como comunicador social se desarrollaron estrategias de comunicación persuasivas y bien fundamentadas para promover proyectos culturales, asegurando que la información sea precisa y llegue de forma adecuada a los medios de comunicación.

Monitoreo de medios locales y aliados: Como profesional de UNIMINUTO se utilizaron métodos y aptitudes de investigación y análisis para interpretar cómo los medios locales y aliados abordaban temas culturales y de interés de la corporación. A través del monitoreo, se pudo identificar patrones, reacciones del público, aportando datos valiosos para los procesos de toma de decisiones y para el diseño de futuras estrategias de comunicación e intervención cultural.

Los mencionados escenarios fueron clave para estructurar y documentar mi etapa práctica, asegurando una visión integral del impacto y la gestión de la comunicación cultural en la corporación. Mi práctica en Corcumvi me permitió aplicar conocimientos teóricos en un entorno real, contribuyendo al crecimiento profesional, junto con la experiencia de trabajar temas como la gestión cultural y la comunicación institucional.

Reconstrucción

La sistematización se enfocó en el progreso en la creación de contenidos dentro del área de comunicaciones de CORCUMVI, analizando la planificación, producción y difusión del material audiovisual y escrito. Se busca comprender cómo ha evolucionado el proceso de generación de contenido institucional, qué desafíos se han enfrentado y qué estrategias han permitido mejorar la eficiencia y coherencia en la comunicación de la corporación.

23 de agosto – Concierto Banco de la República (Agrupación Changó)

Primer evento realizado, marcando el inicio del trabajo a desarrollar.

12 de octubre – Primera Edición del Maratón de Joropo

Problemáticas:

A pesar de contar con una planificación establecida para la primera edición de este evento, los cambios de última hora en la información causaron dificultades en la elaboración de productos audiovisuales para su difusión. La falta de estabilidad en la comunicación de los detalles del evento, como horarios, ubicación exacta y actividades programadas, afectó el proceso de creación de contenidos. La flexibilidad necesaria para adaptarse a estos cambios implicó una mayor presión en los tiempos de producción y la necesidad de realizar ajustes en los materiales ya preparados. Esto resultó en una cobertura audiovisual que no pudo ser tan efectiva como se esperaba, afectando la calidad y la coherencia de la comunicación visual.

10 al 17 de noviembre – Semana de la Literatura y el Libro

Problemáticas:

La duración extendida del evento generó una demanda considerable de productos audiovisuales. Aunque un equipo más amplio permitió una mayor cobertura, la cantidad de contenidos a producir y publicar provocó algunas inconsistencias en los materiales finales. Con más personas involucradas en la

creación y difusión de los productos, se experimentó una falta de uniformidad en el estilo y calidad de los contenidos, lo que afectó la coherencia del mensaje institucional. Además, la cantidad de material generado en un corto período de tiempo generó presiones para cumplir con los plazos de publicación, lo que afectó la calidad de algunos productos finales. La coordinación y alineación entre los diferentes miembros del equipo también fue un desafío, lo que contribuyó a la inconsistencia en la entrega de contenidos.

26, 27 y 28 de noviembre – FILVI 2024

Problemáticas:

La falta de planificación en el área de comunicaciones tuvo un impacto significativo en la organización y ejecución de la cobertura del evento. El hecho de que el 26 de noviembre coincidiera con la finalización del Festival de Cine de Villavicencio (Crisol) generó complicaciones logísticas y operativas, ya que el equipo de comunicaciones estaba sobrecargado con responsabilidades tanto en la cobertura del festival como en la organización de la FILVI 2024. Esta superposición de eventos provocó una distribución inadecuada de los recursos humanos, lo que afectó la calidad de la cobertura y la producción de contenidos. Además, la falta de previsión en la asignación de tareas y responsabilidades dentro del equipo de comunicaciones generó confusión y retrasos en la elaboración de materiales.

19 de diciembre – Recorrido del Consejo de Cultura de Villavicencio en Bogotá

Problemáticas:

El recorrido del Consejo de Cultura de Villavicencio en Bogotá se vio afectado por dificultades en la definición de tareas específicas dentro del equipo de trabajo. La falta de claridad en cuanto a las responsabilidades y funciones de cada miembro del equipo resultó en una distribución ineficiente del trabajo y generó demoras en la elaboración de los productos finales. Además, esta confusión en las tareas también llevó a una duplicación de esfuerzos, lo que implicó un uso ineficaz del tiempo y los

recursos. La comunicación interna deficiente entre los miembros del equipo complicó la organización y afectó la calidad del material final que se publicó.

17, 18 y 19 de enero – 2do Festival de Verano Río Guatiquía

Problemáticas:

El inicio de un nuevo año trajo consigo la ausencia de personal clave en el área de comunicaciones, lo que dificultó la cobertura completa del evento. Las vacaciones y la reorganización interna de la corporación afectaron la asignación de tareas dentro del equipo, lo que dejó vacíos en la producción y difusión de contenidos. Esta falta de personal comprometido con la cobertura del festival resultó en una menor capacidad para generar material audiovisual en tiempo y forma, lo que afectó la visibilidad del evento y la efectividad de la comunicación institucional. El déficit de personal también generó estrés en el equipo restante, que tuvo que asumir múltiples responsabilidades, lo que redujo la calidad de los productos generados.

Conclusiones

La sistematización de esta experiencia de práctica profesional permitió recuperar y reconstruir lo sucedido en el equipo de comunicaciones de CORCUMVI a lo largo de cinco eventos culturales, analizando de manera cronológica los momentos clave, sus condiciones operativas y el rol desempeñado por cada miembro del equipo. Esta reconstrucción no solo evidenció las acciones ejecutadas, sino también las dinámicas institucionales, la planificación real frente a lo proyectado y la forma en que se enfrentaron situaciones imprevistas, permitiendo comprender el contexto desde lo práctico, teórico y organizacional.

Durante el proceso, fue evidente la capacidad de adaptación del equipo frente a múltiples retos como la escasez de recursos, la ausencia de personal en ciertos momentos y las debilidades organizativas. Estas condiciones, lejos de frenar el desarrollo del trabajo, promovieron cambios significativos que fortalecieron las dinámicas internas del equipo y potenciaron el aprendizaje profesional y personal. Eventos como el Maratón de Joropo marcaron un punto de inflexión, donde el equipo logró consolidarse, fortalecer su comunicación interna y elevar la calidad de los productos comunicativos, gracias a un aprendizaje progresivo derivado de la experiencia directa.

El análisis crítico permitió identificar variables esenciales para el desempeño profesional, como la gestión del tiempo, la organización del trabajo colaborativo, la coherencia en la identidad visual institucional y la necesidad de una planificación comunicativa más anticipada. Igualmente, se reconoció la importancia de la toma de decisiones estratégicas, como solicitar capacitaciones que mejoraron las capacidades técnicas del equipo. Sin embargo, también se evidenció que uno de los desafíos persistentes es la baja participación ciudadana, lo que invita a repensar las formas de conectar la comunicación institucional con la comunidad. En definitiva, esta práctica aportó aprendizajes significativos que permiten proyectar futuras acciones desde una mirada más crítica, estratégica y consciente del rol comunicativo en el sector cultural.

En definitiva, esta experiencia de práctica profesional no solo aportó al fortalecimiento del equipo institucional, sino que generó aprendizajes significativos que permiten proyectar futuras acciones desde una mirada más crítica, consciente y estratégica. Este ejercicio de sistematización ofrece insumos valiosos para orientar a otras futuras practicantes en el área de comunicaciones de Corcumvi y reafirma el valor de la práctica como un espacio clave de formación y transformación.

Recomendaciones:

- Fortalecer la planificación estratégica de eventos

Se sugiere implementar cronogramas detallados y compartidos entre los distintos equipos, especialmente el de comunicaciones, para evitar improvisaciones y retrasos en la creación de contenidos.

- Mejorar la asignación de funciones dentro del equipo

Es importante definir de manera clara los roles y responsabilidades de cada integrante del equipo para evitar duplicidad de tareas, sobrecargas laborales o vacíos en la producción de contenidos.

- Fortalecer procesos de revisión y control de calidad

Establecer una doble revisión obligatoria (contenido y forma) antes de publicar cualquier pieza comunicativa, para reducir errores de redacción, edición o copy.

- Diseñar estrategias para aumentar el alcance y participación ciudadana

Desarrollar campañas digitales creativas, alianzas con medios locales y dinámicas interactivas que motiven a la ciudadanía a asistir a los eventos y apropiarse de la oferta cultural de CORCUMVI.

- Documentar y evaluar cada evento realizado

Crear un formato estandarizado de evaluación post-evento que incluya observaciones del equipo de comunicaciones, estadísticas de alcance, errores detectados y lecciones aprendidas, para construir una memoria institucional útil y práctica.

Referencias

- Jara, O. [Oscar Jara Holliday]. (s. f.). *Orientaciones teórico-prácticas para la sistematización de experiencias* (1.ª ed.). https://centroderecursos.alboan.org/ebooks/0000/0788/6_JAR_ORI.pdf
- De Redacción de la Universidad Internacional de la Rioja, E. (2025, 16 enero). ¿Qué es la producción audiovisual? Tipos, fases y equipo. *UNIR*.
<https://www.unir.net/revista/humanidades/produccion-audiovisual/>
- *El boletín o comunicado de prensa*. (s. f.). PROCAPACIDAD, un Proyecto de la AFF.
<https://www.procapacidad.org/el-boletin-o-comunicado-de-prensa.html>
- *Monitoreo de medios*. (s. f.-b). Comunicólogos.
<https://www.comunicologos.com/enciclopedia/t%C3%A9cnicas/monitoreo-de-medios/>
- *Comunicación institucional*. (s. f.). Comunicólogos.
<https://www.comunicologos.com/teorias/comunicaci%C3%B3n-institucional/>
- Pol, T. (2023, 21 junio). *Público Objetivo: Qué Es y Cómo Identificarlo para tu Empresa*. Semrush Blog. <https://es.semrush.com/blog/audiencia-objetivo-en-seo/>
- Ibexa. (s. f.). *¿Qué es la gestión de contenidos?* Ibexa.
<https://www.ibexa.co/es/recursos/insights-y-articulos/que-es-la-gestion-de-contenidos>
- *¿Qué significa feedback? Tipos de feedback y cómo aplicarlos*. (2024, 28 febrero). Zendesk.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/feedback-que-es/>
- Perez, L. (2021, 12 febrero). *Guía para construir la identidad visual de tu empresa con las mejores prácticas*. Rock Content - ES. <https://rockcontent.com/es/blog/identidad-visual/>
- Giu, W. (2022, 5 agosto). *Estrategia de Contenidos: qué, por qué, para qué y cómo* — Walter Giu. Walter Giu. <https://waltergiu.com/blog/que-es-una-estrategia-de-contenidos>

- QuestionPro, C. (2024, 19 septiembre). *Planificación estratégica: ¿Qué es y para qué sirve?*
QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/planificacion-estrategica/>
- *La cuña publicitaria*. (2024, 4 julio). Cadena de Radios Escolares de Canarias.
<https://www3.gobiernodecanarias.org/medusa/ecoescuela/radio/2017/01/30/la-cuna-publicitaria/>