

**SONIDO IMAGEN Y ESTÉTICA.
(ARTÍCULO CIENTÍFICO)**

DANIA MARCELA ARBOLEDA ARIAS.

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
PEREIRA
2013**

**SONIDO IMAGEN Y ESTÉTICA.
(ARTÍCULO CIENTÍFICO)**

DANIA MARCELA ARBOLEDA ARIAS

INFORME DE PRÁCTICA ACADÉMICA

**TUTOR:
DIEGO RENDÓN GARCÍA
COMUNICADOR SOCIAL, REALIZADOR CREATIVO**

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
PEREIRA
2013**

TABLA DE CONTENIDO.

• <u>PORTADA</u>	1
• <u>CONTRAPORTADA</u>	2
• <u>TABLA DE CONTENIDO</u>	6
• <u>RESUMEN</u>	8
• <u>INTRODUCCIÓN</u>	9
1. <u>PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN</u>	11
2. <u>PAPEL DEL COMUNICADOR</u>	17
3. <u>DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN</u>	21
3.1. <u>FORMATO DE EDICIÓN NICKCITY-REALIZADOR</u>	23
3.2. <u>FORMATO EDICIÓN NICKCITY-REALIZADOR (MÚSICA)</u>	24
3.3. <u>FORMATO REGISTRO DE NOTAS</u>	24
3.4. <u>FORMATO PLAN DE GRABACIÓN Y EDICIÓN</u>	24
3.5. <u>FORMATO PROGRAMACIÓN NICKCITY SEMANAL</u>	24
3.6. <u>FORMATOS PROGRAMACIÓN NICKCITY-CAPÍTULOS-MATERIAL DE APOYO</u>	24
3.7. <u>EVALUACIÓN DE COMERCIALES-PROMOS</u>	25
3.8. <u>FORMATOS CASSETTES</u>	25
3.9. <u>SECCIÓN</u>	28
3.10. <u>NOTA</u>	28
3.11. <u>DURACIÓN AL AIRE</u>	28
3.12. <u>FECHA DE EDICIÓN Y EMISIÓN</u>	28
3.13. <u>RUTA INGESTA</u>	28
3.14. <u>OBSERVACIONES PARA EL EDITOR</u>	29
4. <u>EJE DE INTERVENCIÓN</u>	33
5. <u>JUSTIFICACIÓN</u>	35
6. <u>OBJETIVOS</u>	37
6.1 <u>OBJETIVO GENERAL</u>	37

6.2 <u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u>	37
7. <u>CRONOGRAMA</u>	38
8. <u>CONCLUSIONES</u>	39
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	40

RESUMEN

A partir de las nuevas prácticas de consumo y con las nuevas generaciones se emprende la búsqueda de recursos los cuales se enfocan en toda la sociedad. No obstante, Nickcity la franja juvenil de Citytv se enfoca en los niños y jóvenes con el fin de entretener a este público objetivo. En medio de éste proceso se verán diversas situaciones en cuanto a la postproducción del programa que ha estado un poco desordenada debido a las diversas labores del director y de la realizadora, puesto hay una pérdida en el uso de los formatos para notas y para la edición del capítulo.

PALABRAS CLAVE

Citytv – Nickcity - Edición – Postproducción – Formatos – imagen – Estética – Capítulos-Sonido.

ABSTRACT

From the new consumption practices and new generations seeking resources which focus on the whole society is undertaken. However, juvenile Nickcity Citytv strip focuses on children and youth in order to entertain the target audience. In the midst of this process will be different situations in terms of postproduction program that has been a little messy due to the different tasks of the director and the director, since there is a loss in the use of the formats for notes and for editing chapter.

KEY WORDS

Citytv - Nickcity - Edition - Postproduction - Formats - picture - Aesthetics - Chapters-Sound.

INTRODUCCIÓN

El entretenimiento surge en el momento en que la televisión se empieza a pensar como un núcleo de esparcimiento familiar, como una necesidad no solo de consumo, sino de mostrar algo diferente, algo que motive a determinado televidente observar un hecho o situación que la televisión este brindando en cualquier momento, obviamente hay toda una intención detrás de todo proceso audiovisual en este caso dicho interés se denomina “consumo”; es primordial que el televidente consuma.

El departamento de producción de Nickcity dirigido por Jessica Marulanda se convierte en una parte esencial de todo programa de televisión, pues es desde allí donde se coordinan todos los aspectos que permiten, finalmente, entregar un producto de calidad y que llene las expectativas de entretenimiento y consumo que tiene el público objetivo a quien va dirigido el programa los cuales son los niños de cero a 15 años de edad.

El presente trabajo se elaboró teniendo en cuenta todos los aspectos que comprenden la postproducción del programa Nickcity, es decir, como se maneja el proceso de ingesta, marcación y edición de los capítulos del programa, ya que no hay una dinámica clara de cómo manejar los horarios para editar no sólo capítulo sino las notas.

Se pretende mostrar con claridad las posibles falencias que pueden haber en la sección Nickcity del canal Citytv, en relación a la optimización de tiempo de edición más nota, por eso se está creando un proceso no sólo rápido sino eficiente las cuales hace más ordenado el trabajo de todos, estos se basan en unos formatos que hay, pero que no son utilizados.

Se pretende establecer ciertos parámetros que permitan mejorar el tiempo de producción de las notas pregrabadas y un mejor desempeño en la emisión del programa los días lunes, miércoles y viernes.

Detallar la importancia de la postproducción en cualquier temática audiovisual, puesto que en este caso se debe entender y analizar los procesos de postproducción en programas de contenido juvenil a nivel audiovisual.

El trabajo consiste en hacer una retrospectiva de acuerdo a las formas del manejo de la postproducción de la franja infantil Nickcity a través de sus dos años de emisión, la importancia de acercarse a un grupo juvenil y no a otro tipo de público, la motivación para brindar una sección de una hora y media que consiste no solo en una serie de situaciones que le suceden a las presentadoras, sino que, además, el tipo de series que presentan (Los pingüinos de Madagascar, Bob Esponja, Las tortugas Ninja, Los padrinos Mágicos).

Ahora bien para llegar a un diagnóstico se hace una observación participativa sobre la forma en que se hace el proceso de postproducción, ya que en varias ocasiones Nickcity al ser un programa dirigido a un público joven requiere utilizar herramientas tales como la graficación, entonces no sólo hay un proceso de edición, sino que, además hay graficación.

1. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

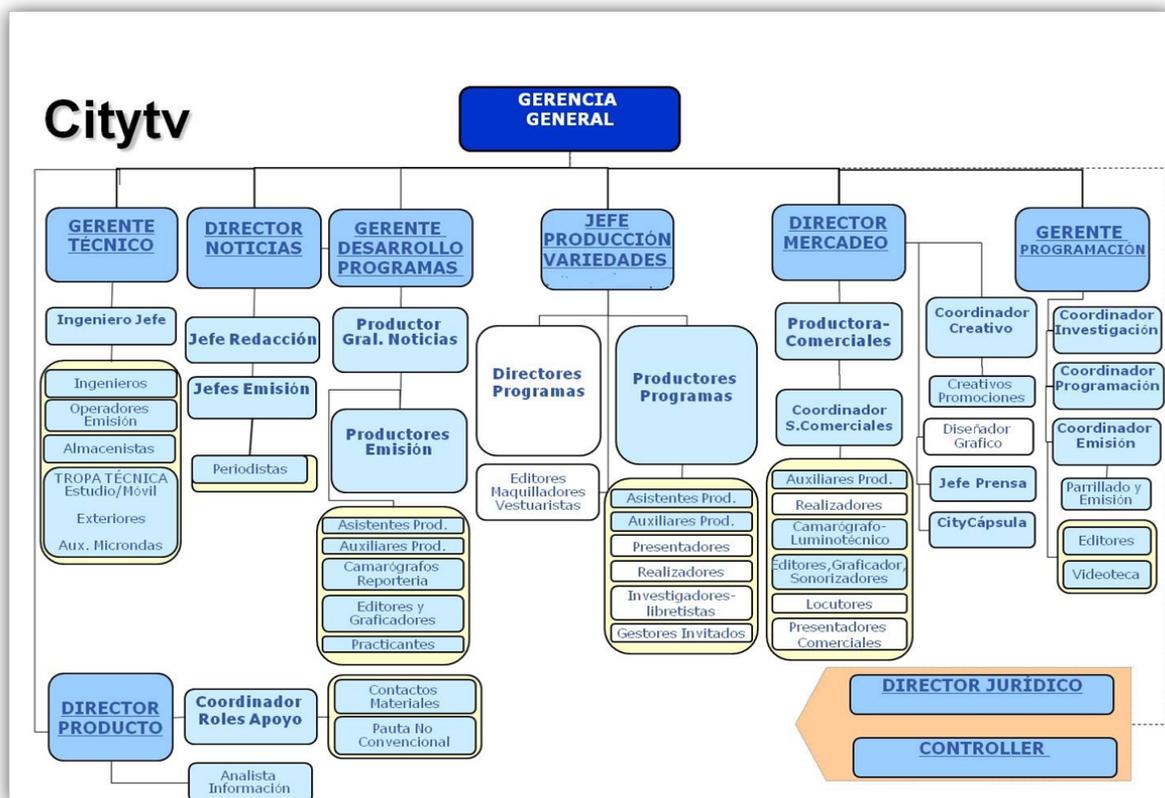


Ilustración 1: Presentación de la Organización.

Fuente: Recursos humanos, Lina Margarita Torres Garzón

Contexto: Citytv de Bogotá es una estación de televisión local en la capital de Colombia, sus franjas de programación están inspiradas por propósitos recreativos, de entretenimiento, de orientación, de servicio y algo primordial, el involucramiento del televidente, lograr que el se sienta parte de cada uno de los programas que les ofrece el canal, además se esfuerzan por hacer que las notas sean historias, no sólo noticias y todo esto con la idea de convertir a CITYTV en un instrumento cotidiano de mejoramiento de la calidad de vida en Bogotá.

Dentro del Manual de Estilo, que direcciona la manera de contar historias, presentar noticias, entregar información de calidad al televidente y desarrollar contenidos interesantes

y entretenidos, el canal tiene como punto fundamental el contar historias que sean comunes para los televidentes.

El estilo Citytv se caracteriza por desarrollar las noticias de tal forma que para el televidente sea un contexto familiar, donde incluyen elementos, sitios y personajes que son reconocibles, y que a su vez tienen cabida en el *V.I.P.* del canal, todo esto desde la parte visual, pretendiendo que la historia sea entretenida simplemente con la imagen.

Citytv pertenece a la Casa Editorial El Tiempo (CEET), propietaria también del diario del mismo nombre en ese país. La CEET licenció la marca canadiense Citytv, así como el logo. Inició transmisiones el 19 de marzo de 1999 en el canal 21 UHF de Bogotá. Su sede actual es el edificio El Tiempo, situado en la carrera Séptima con Avenida Jiménez.

Casa Editorial EL TIEMPO es generadora de contenido para diferentes audiencias a través de medios impresos, digitales y televisión es por ese motivo que manejan una sola visión y misión para todos los medios en los que interviene; a demás, esta casa editorial pretende ser la alternativa multimedia que ofrece a los anunciantes soluciones integrales de comunicación para llegar efectivamente a sus mercados. El portafolio de Casa Editorial **EL TIEMPO** busca adaptarse de forma eficaz y flexible a los objetivos de comunicación de sus clientes.

Son generadores de contenido para diferentes audiencias a través de medios impresos, digitales y por televisión y conectando a los anunciantes a través de diferentes canales como: su fuerza de ventas, sus intermediarios y sus concesionarios para entregar una oferta atractiva y efectiva.

Actualmente la misión y visión de la casa editorial El tiempo se encuentra en re-estructuración por tal motivo aun se está trabajando bajo los criterios de la anterior que se tenía previsto solo estaría vigente hasta el 2010

Visión (2010 Vigente actualmente)

- Casa Editorial EL TIEMPO será en el año 2010 el más creativo y versátil proveedor de contenidos de información, entretenimiento y formación para los colombianos en el mundo, reconocido por su credibilidad, calidad y liderazgo.
- Aspiramos con nuestros servicios, en diversos medios, ser la opción preferida de audiencias que sean valiosas para los anunciantes.

Misión (2010 Vigente actualmente)

- Identificamos oportunamente los intereses y necesidades de contenidos de las diversas audiencias potenciales.
- Desarrollamos y proveemos contenidos que satisfagan con creces los intereses de las diferentes audiencias. Para ellos estamos en proceso de continuo mejoramiento de la capacidad de generación y consecución de contenidos.
- Somos el asesor preferido y trabajamos en sociedad con nuestros anunciantes para conectarlos con audiencias que les generen mayor valor a sus estrategias, fomentando una relación perdurable y mutuamente beneficiosa.

Algunos programas del Citytv canadiense (como Mucha Música y Electric Circus, cuyas versiones colombianas son Mucha Música y Circo eléctrico) fueron adaptados a la audiencia local, mientras que otros como FashionTelevision o SeXTV eran doblados hasta el año 2007.

También sigue la filosofía del Citytv original: en sus noticieros (como Citynoticias y el programa de la mañana Arriba Bogotá) los presentadores leen las noticias de pie, al igual que en la casa matriz de Toronto.

Programación Citytv



Ilustración 2: Programación cityTv .

Fuente: Recursos humanos, Lina Margarita Torres Garzón

Uno de los programas que conforman Citytv es Nickcity, el cual lleva dos años de emisión, el programa inició con dos presentadoras que estuvieron en la 1

El programa tuvo una época donde por poco se acaba debido a que el programa no cumplía con las expectativas propuestas desde un principio, Nickcity contaba antes con dos presentadoras: Laura De León y Joanna Ortiz, quienes acompañaban las tardes de los niños. Nickcity al ser un programa para niños – jóvenes, necesita tener ciertas formas y libretos para la edición y la animación del programa. Las presentadoras al ser tan grandes no llamaban tanto público pues ellas ya eran mayores de edad cuando presentaron las I y II temporada de Nickcity.

Desde esta perspectiva y con pocos contenidos entretenidos de la franja Nickcity estuvo a punto de desaparecer, pero su director Sergio Andrés Uzaheta redirección el programa contando con otras presentadoras, además con nuevas secciones propuestas por los mismos niños, ya que si se crea contenidos para niños hay que contar con ellos pues son el target, son la razón de cada emisión.



Laura de León y Joanna Ortiz

Ilustración 3: Antiguas presentadoras Nick.

Fuente:

<http://www.lafiscalia.com/2011/09/16/laura-de-leon-y-joanna-ortiz-presentan-nick-city/>

En la segunda temporada en la tercera, cuarta y hasta ahora quinta temporada ha estado Natalia Riveros y Estefanía Duque Pinzón. En el mes de agosto Natalia se retiró del programa debido a sus labores académicas, y ahora está Estefanía y Valentina Arbeláez quienes acompañaran todas las tardes a los Nickcitys.



Natalia Riveros y Estefanía Duque

Ilustración 4: Presentadoras Nick.

Fuente:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=526789297353557&set=a.270501139649042.73649.270495866316236&type=1&theater>



Valentina Arbeláez y Estefanía duque

Ilustración 5: Nueva presentadora.

Fuente:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=664700103562475&set=a.373527006013121.93114.270495866316236&type=1&theater>

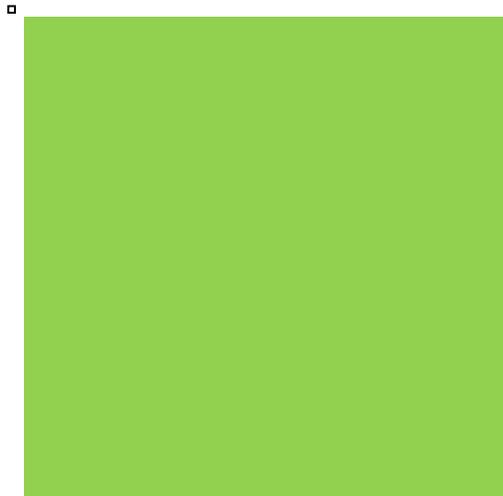


Ilustración 6: Pepa Nick.

Fuente: Dania Marcela Arboleda Arias



Ilustración 7: Historia El Tiempo.

Fuente: Dania Marcela Arboleda Arias

2. PAPEL DEL COMUNICADOR

Citytv es un canal que se preocupa por todo lo que incumbe lo social, lo comunitario y tiene como prioridad la opinión del sector público. No obstante Nickcity tiene también esa misma cualidad con su lema “**Nickcity, déjate ver**”. Es desde allí donde parte la tarea del periodista, el de estar informados y el del saber informar, con este lema Nickcity integra a todos aquellos que ven la franja a que formen parte de Nick por medio de sus mensajes en las redes sociales: facebook: <https://www.facebook.com/NickCity1> y al twitter: @nickcity1. Con esta frase hacen de que las secciones sean creadas por los mismos niños o jóvenes que se quieren dejar ver por ejemplo en la GARAGE BAND, que es aquella sección que se encarga de mostrar las bandas locales (Bogotá) que quieren mostrar su talento, por lo general son bandas de estilo tipo rock que se quieren dejar ver a través de su música. La sección de los mensajes de facebook donde los Nickcitys no solo demuestran que tanto saben y que más les gusta del programa, sino que también, hacen recomendaciones sobre lo que les gustaría ver en el programa. CHEERS una sección dedicada a aquellas niñas que se dejan ver a través de su talento: baile, y porras. Y es gracias a estos medios tecnológicos a las TICS que es posible una comunicación interpersonal que se vuelve más directa en la medida que los espectadores forman parte de Nick.

“Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación. El alfabeto, por ejemplo, es una tecnología que el niño muy pequeño absorbe de un modo total totalmente inconsciente, por ósmosis, digamos. Las palabras y el significado de las palabras predisponen al niño a pensar y actuar automáticamente de una cierta manera. El alfabeto y la tecnología de la impresión han promovido y estimulado un proceso de fragmentación, un proceso de especialización y de separación. La tecnología eléctrica promueve y estimula la unificación y el involucramiento. Es imposible comprender los cambios sociales y culturales si no se conoce el funcionamiento de los medios “. (Marshall McLuhan, el medio es el

masaje pág. 8

<http://books.google.com.co/books?id=5yPVv4rpmFUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>) Por eso secciones como Nick buscan de cierta manera rescatar los valores que se han perdido por el cambio generacional y por los mismos medios de comunicación.

La premisa general para determinar si la televisión está destinada a informar, educar o entretener, debe ser uno de los puntos fundamentales para que el comunicador social establezca parámetros de acción en pro del mejoramiento continuo del programa, acoplado siempre a la idea de ofrecer al televidente un contenido que llene sus expectativas, y el comunicador social es quien tiene la mera responsabilidad de establecer esa conexión por medio de las nuevas plataformas que brinda la tecnología, pues con estas nuevas generaciones se requiere de un comunicador que sepa dar a entender un mensaje definido y que estéticamente tenga claro el público al cual ha definido, ya que Nick al ser un programa infantil es necesario que éste se mantenga entretenido.

“El viejo entrenamiento para la observación se ha vuelto totalmente irrelevante en estos nuevos tiempos, porque se basa en reacciones y conceptos psicológicos condicionados por la tecnología anterior: La mecanización”. (Marshall McLuhan, el medio es el mensaje pág. 8 <http://books.google.com.co/books?id=5yPVv4rpmFUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>) En estas nuevas generaciones se requiere no solo habilidad, sino también agilidad en todos los procesos de construcción audiovisual y Nickcity al ser un programa dirigido para niños necesita de nuevas herramientas que entretenga que ‘atrapen’ que guste a los niños.

“hay un mundo de diferencia entre el aula y el ambiente de información eléctrica integrada del hogar moderno, Al niño televidente de hoy se lo afina con el diapasón de las noticias “adultas” al minuto: inflación, disturbios, guerra, impuestos, delincuencia, beldades en trajes de baño, y queda perplejo cuando ingresa en el ambiente del siglo XIX que caracteriza todavía al sistema educacional, con información escasa pero ordenada y

estructurada por patrones, temas y programas fragmentados y clasificados. Se trata naturalmente, de un ambiente muy semejante al de cualquier fábrica, con sus inventarios y líneas de montaje”. (Marshall McLuhan, el medio es el masaje pág. 18 <http://books.google.com.co/books?id=5yPVv4rpmFUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>) Jhoanna García Ruíz, realizadora de la franja Nickcity habla sobre el por qué es importante crear contenidos juveniles. “Cumpliendo con las directrices de las leyes de televisión en Colombia, un canal debe tener al menos una franja infantil/juvenil; así que estas disposiciones determinan que no todo el contenido creado en un canal sea para una audiencia adulta. Es más difícil crear contenidos para niños y jóvenes y así mismo, es difícil captar su atención por la incursión del crossmedia”. (Ruíz, 2013)

“el niño de hoy está creciendo absurdo, porque vive en dos mundos y ninguno de ellos, lo impulsa a crecer. Crecer; ésta es nuestra nueva tarea y ella es total. La mera instrucción no basta. (Marshall McLuhan, el medio es el masaje pág. 18 <http://books.google.com.co/books?id=5yPVv4rpmFUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>) La realizadora piensa con respecto a esto que hay que promover la imaginación de los niños, eso es lo que no se puede perder. Hay que seguir contando historias inocentes y mágicas.

Es Irónico que los medios a medida que vayan evolucionando se pierda conciencia de que hay niños que necesitan aprender, y siendo la televisión un medio muy acogido por la sociedad en este no se estén brindando los valores necesarios para que estos niños no formen parte de la gran alienación, y es que la televisión es contradictoria entre sí, puesto que ofrecen una cantidad de programas diferentes que se contradicen entre sí, pero lo interesante allí es el consumo.

La idea entonces de Nickcity es divertir, pasar un buen rato y promover la imaginación y la televisión de calidad ya que este programa se clasifica en el género entretenimiento, no educativo. Jessica Marulanda productora de la franja Nickcity dice: “El desarrollo de programas juveniles es importante en la medida en que siempre hayan mensajes positivos y

de alegría en los jóvenes, en Nickcity lo que se quiere lograr es una interacción real con los televidentes para que los contenidos sean de su real interés”. (Rojas, 2013)

Dentro de las dinámicas de producción del programa Nickcity, el papel que desempeña un comunicador social, no se limita simplemente a la recopilación de las ideas de los niños de dar un sentido coherente a la expectativa de éstos. Los comunicadores se deben encargar de diseñar toda una idea basada en una situación que les pasará a las presentadoras: Vale y Teffy, tales como plantear los lugares, los personajes, las acciones incluso la forma en qué se expresan.

Jessica Marulanda productora de la franja juvenil dice: “Hay que capacitarse mucho para poder hablar el lenguaje audiovisual de los niños y todos estamos en ese proceso; nunca terminará, porque el mundo cada vez corre más rápido y así mismo la tecnología, a la cual se apegan los niños día a día. No pueden cogernos ventaja, debemos ir a su mismo ritmo, pero tenemos otra edad y pensamos diferente, así que se trata de ponerse en los zapatos de un niño y decir ¿a mí qué me gustaría ver si tuviera 10 años?” (Rojas, 2013)

La diferencia entre crear contenido para chicos a crear contenido para grandes es que a los chicos se les debe hablar en un lenguaje tanto visual como la expresión misma de la palabra prudente, acorde a su edad, también que por lo general los temas no se deben tratar superficialmente sino que al contrario, el contenido que se les brinde debe ser resuelto en su totalidad, también es importante resaltar que, si bien la televisión es un medio de comunicación masivo, si el contenido generado para chicos no es del interés del target muy seguramente tendrán otras opciones de entretenimiento por eso es tan importante lo que ellos realmente quieren ver.

3. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN:

Nickcity es el espacio juvenil del canal City tv en donde los niños y adolescentes dejan ver lo que hacen, sienten y piensan desde la perspectiva de su mundo en el colegio, la casa, con sus amigos y en redes sociales. Es un contenedor de series (Nickelodeon) y de contenido dentro de la programación de City tv que tiene como protagonistas y presentadoras a dos jóvenes Colombianas (Vale y Teffy) que están dentro del mundo Nick; divertido, dinámico y lleno de emoción. Ellas serán el hilo conductor a través de historias diarias a las cuales son una mezcla de alegría, magia, mensajes positivos y donde la premisa es “Nickcity, déjate ver”.

Jessica Marulanda dice: “El programa es una historia desarrollada en distintas locaciones, en donde las presentadoras van realizando una serie de aventuras, la cual tendrá un desarrollo al final. A lo largo del programa las presentadoras interactúan con los televidentes por medio de la lectura de los mensajes de Facebook, recomendando los juegos de los televidentes en una sección llamada: Nickclick, poniendo a botar a los jóvenes por diferentes temas en la sección llamada: Top y también en cada programa se emite una nota que previamente se realizó con algún joven”.

Las notas son:

VERSUS: Competencias de disciplinas realizados por jóvenes. En esta sección dos grandes competidores de algún deporte o hobby se enfrentan, para demostrar quién es el mejor.



Ilustración 8: Versus.

Fuente: Foto pantallazo Dania
Marcela A.A

NICKMÓVIL: Actividades de Colegios y jóvenes. Aquí la franja Nickcity acompaña a jóvenes e instituciones a realizar diversas actividades, para hacerla más divertida y de esta manera también se dejan ver.



Ilustración 9: Nickmóvil.
Fuente: Fuente: Foto pantallazo
Dania Marcela A.A

CHEERS: Cubrimiento de las rutinas de diferentes grupos de cheers (porristas).



Ilustración 10: Cheers.
Fuente: Foto pantallazo Dania Marcela A.A

GARAGE BAND: El momento en el que las bandas de colegios puedan salir en televisión contando su historia y por supuesto tocando sus canciones.



Ilustración 11: Garage band.
Fuente: Foto pantallazo Dania Marcela A.A

Estas secciones del programa son importantes porque es la forma de interactuar con el grupo objetivo además el hecho de que el contenido sea generado por los televidentes, da una mayor claridad en tendencias y gustos de los jóvenes.

En el presente informe consigno todo el proceso de prácticas, los aciertos, las ventajas y desventajas no solo de ser VTR, sino también todo con respecto al proceso de edición de la franja Nickcity.

La carpeta de Snapcity es fundamental para el trabajo con los formatos que se manejan VTR, el acceso lo da María Parada la VTR pasada. Al ingresar al Snapcity hay una carpeta que se llama Nickcity, dentro de esta se encuentra una que se llama VTR en la cual están los formatos relacionados con realización y edición, los cuales se deben tener en cuenta tanto en la hora de ir a la sala de edición como cuando el realizador Jhoanna García sale a campo y entrega la P2, los formatos los relaciono a continuación.

3.1 FORMATO DE EDICIÓN NICKCITY-REALIZADOR:

Este formato se le debe dar al realizador a la hora de ingestar el material y marcarlo; este debe tener los datos claros de la nota o del capítulo que se está marcando. Se debe dar al editor la ruta

para que empiece a consolidar y hacer el montaje y la edición del mismo, además de la ruta donde va a encontrar fotos, música, videos que son necesarios en el momento de la edición.

3.2 FORMATO EDICIÓN NICKCITY-REALIZADOR (MÚSICA):

Este formato se le debe dar al realizador a la hora de ingestar el material y marcarlo, se debe especificar el tipo de música a utilizar, es decir, si es música stock o música comercial, el formato debe ser aprobado por dirección Sergio Uzaheta.

3.3 FORMATO REGISTRO DE NOTAS:

Este formato se debe tener en una carpeta con los datos que requiere, estos datos se encuentran en el formato: FORMATO EDICIÓN, NICKCITY-REALIZADOR, más la información que tiene el VTR de las fechas de emisión del capítulo, la duración al aire y la fecha de edición.

3.4 FORMATO PLAN DE GRABACIÓN Y EDICIÓN:

Este formato lo debe llenar el VTR y guardar en una carpeta, se debe tener al día con las notas que se han realizado, las fechas de emisión y las que faltan por emitir y/o editar, este editor se revisa cada 8 o 15 días con el productor y el director

3.5 FORMATO PROGRAMACIÓN NICKCITY SEMANAL:

Este formato se debe tener impreso, está dividido por semanas y se debe llenar con la información de lo que se emitió en el día y si hubo nota, que nota fue y si lleva mención para que pauta la revise.

3.6 FORMATO PROGRAMACIÓN NICKCITY-CAPÍTULOS-MATERIAL DE APOYO:

Este formato lo debe llenar el realizador con la información de los créditos que se van a usar en los capítulos, al igual que la ruta de la ingesta para que el editor

3.7 EVALUACIÓN DE COMERCIALES-PROMOS:

Este formato legaliza las promos y las pautas comerciales que llegan a Nickcity. Dicho formato lo entrega la persona encargada de pauta quien se encarga de revisar la edición de la promo o del comercial, con el fin de que el cliente quede con los requerimientos que pidió. En Nickcity en la temporada V estamos manejando pauta con Nosotras, en el cual se llevo a tres colegios de la ciudad de Bogotá un concierto llamado “el toque Nosotras” en este hay diferentes artistas que contacta Nickcity se hace un juego en el cual las chicas de grado décimo y once juegan con el fin de llevarse un kid de productos Nosotras. Otro producto que pauta a Nickcity es SúperCheese quien pide como requerimientos claqueta sección o nota patrocinada, mención del producto y ver muchas personas degustando de su producto.

3.8 FORMATO SE CASSETTES:

Éstos se solicitan en la videoteca con dos días de anterioridad antes de que se acaben. Los cassettes deben ser de 66 minutos ya que en este caben 4 capítulos de 10-11 minutos cada uno.

Ahora bien hay muchos formatos, sin embargo la utilización de éstos van disminuyendo a medida que el realizador no le vea tanta importancia el diligenciarlos. En Nickcity hay dos formatos que el realizador debe llenar con el fin de facilitarle al editor toda la información para que este termine con el tiempo estipulado que requiere la edición. La edición de un capítulo de Nickcity equivale a 7 horas, dependiendo de la dificultad que este requiere. Nickcity por ser un programa infantil requiere estrategias en donde los niños quienes son los espectadores mantengan entretenidos.

A continuación estos son los dos formatos:



FORMATO EDICIÓN NICKCITY

Realizador: _____

Nota/capitulo: _____

Duración: _____ Tarjeta: _____

Ruta: _____

Ruta _____ Musicalización: _____

Formato Imagen: _____

Observaciones

Firma Realizador: _____

Firma Editor: _____

La parte de **Ruta** es esencial en el momento de la edición ya que es el realizador es quien debe coordinar este proceso, pero como estos formatos los dejaron de implementar es el VTR quien debe encargarse de conocer la ruta para indicársela al editor.

Asimismo tanto director como realizadora se atrasan en la marcación de los cassettes por lo cual en varias ocasiones al editor le toca marcar el material a la medida que va editando.



NOTAS NICKCITY

REALIZADOR:	
SECCION:	
NOTA:	
DURACION AL AIRE:	
FECHA DE EMISION:	
FECHA DE EDICIÓN:	

FECHA DE GRABACIÓN:	
LOCACION:	

RUTA EN INGESTA:	
------------------	--

CREDITOS:	

--

OBSERVACIONES PARA EL EDITOR:	

3.9 **SECCION:** En esta parte el realizador debe indicar que sección va en este capítulo, por ejemplo: el capítulo 19 “LOS MEJORES MOMENTOS DEL CASTING NICK” tiene una sección Like o no like, y una de Nickclick. No obstante esto se encuentra en el libreto que se le entrega al editor.

3.10 **NOTA:** Aquí el realizador consigna el nombre de la nota, de qué se trata y el orden en de veden ir los Fulles, aunque estos deben estar en la ingesta con la marcación indicada.

3.11 **DURACIÓN AL AIRE:** Tiempo estipulado de la nota, por lo general las notas que no son de carácter comercial duran alrededor de 1 a 2 minutos, la notas comerciales duran aproximadamente de tres a tres minutos y medio.

3.12 **FECHA DE EMISIÓN Y EDICIÓN:** En este punto se puede establecer cuantas horas de sesión se van a utilizar para la edición de determinado capítulo.

3.13 **RUTA EN INGESTA:** Se indica el qué discos se encuentra engestado el material para que el editor empiece a editar.

3.14 OBSERVACIONES PARA EL EDITOR: Aquí el realizador explica claramente como desea que quede la edición, anexa la parte estética, que clase de efectos quiere, corrección de color.

Nickcity no por ser un programa para niños es fácil, tiene muchas más exigencias de las que parece, en especial en la parte de postproducción; hace un año atrás Nickcity estuvo a punto de salir de emisión puesto no llenaba las expectativas de lo que gerencia quería, por tal razón el director Sergio Uzaheta cambio toda la rúbrica del programa, cambio las secciones, editó los capítulos, presentó toda una nueva propuesta pues él ama Nickcity y gracias a todos estos esfuerzos Nickcity sigue en pie aumentando su audiencia con 15.867 seguidores en Facebook.

El manejo de la pre, pro y post producción es el siguiente: En principio se propone locación, con base en la información se genera el tema para 3 capítulos que tengan que ver con esa locación, se escriben, se consiguen elementos y personajes, se desglosan, se realizan y por último se edita para salir al aire.

Ahora bien el proceso de postproducción implica un reto tanto para el realizador como el editor pues los horarios son complejos, tanto que a veces hay capítulos que requieren de dos sesiones, las notas las empieza a editar una persona y termina editándola otra, entonces este tipo de circunstancias hace de que por lo general las notas tengan una estética distinta en edición, ya que cada editor maneja el programa de manera distinta.

Yuri Paola Duque Jaimes editora de Nickcity dice “Editar Nickcity implica un reto, ya que se edita es para niños, a ellos hay que mantenerlos entretenidos, a los niños todo les entra por ojos y si no les gusta lo que ven pues dejan de ver Nick, entonces como editora mi deber es hacer que Nick se vea rápido y ágil, pues lo divertido se plasma en el libreto y yo me encargo de reforzarlo con la estética y el color” (Jaimes, 2013)

Mediante la observación directa y la participación activa dentro de la pre-producción y producción de Nick, se logró determinar e identificar algunas falencias que pueden estar

yendo en contravía de los objetivos del programa, entre los que se destaca una poca optimización del tiempo no solo en la producción sino en la postproducción de éste. Por lo general los jueves de cada semana se graba capítulos (3) que inicia en horas de la mañana 7:00 a.m y termina tipo 6:24 p.m. el domingo siguiente se empieza con la edición del capítulo que tendría emisión el lunes, y así sucesivamente.

Los formatos están ahí pero no son utilizados, lo cual muestra poca seriedad y poco orden para la realización del todo el proceso de post.

Hay notas pregrabadas pero que no son editadas de manera “rápida” pues si no están marcadas editarlas dificulta el proceso

Se debe mejorar el manejo del tiempo, pues a pesar de que se tienen funciones y días establecidos para las diferentes labores que se deben hacer en la semana durante la pre-producción del programa, surgen cosas nuevas a última hora, tales como graficación, montaje

En fin, surgen inconvenientes de último minuto, cambios repentinos y diversas cosas por hacer a pocas horas de iniciar la transmisión del programa, que aunque es pre-grabado es difícil el manejo de éstos por la utilización del montaje y transmisión de éste. de modo que es importante tener un esquema de producción y postproducción establecido que permita optimizar los tiempos, en el cual se vea reflejado el trabajo que cada área tiene planeado para el transcurso de la semana, con el objetivo de determinar las tareas que se deben realizar antes de la emisión. Sin embargo no se da usos de estos, no hay una organización en cuanto a los formatos, como VTR uno se encarga de enviar el formato vacío para que el realizador consigne la información y de esta manera el editor esté al tanto de donde se encuentra el material y cuál debe ser la estética que debe manejar.

También cabe resaltar que hay un mal manejo en los horarios es decir, el realizador quien es quien debe marcar e ingestar a veces deja para último momento el proceso de éstos, generando pérdida de turnos, ya que si no hay nada marcado el editor no edita. Incluso en muchas ocasiones a la editora de Nick le ha tocado marcar el capítulo en la medida que va editando lo cual hace de que el trabajo sea más lento.

Algo muy importante es el manejo de los horarios en cuanto a la edición de notas, en algunas ocasiones el director edita algunas de ellas ya sea por carácter comercial o por notas que requieren una estética pura Nick, el inconveniente en esto es que a solo un día de que el capítulo sea emitido la edita, haciendo pedir turnos no solo para que adjunten la nota al capítulo sino que también se envíe el programa al máster y es que hay turnos que gerencia de producción estipula, pedir uno de más significa que a producción Nick le tocaría pagar y eso no es lo conveniente. A continuación adjunto uno de los formatos de edición por parte de gerencia de producción.

ANDRES MORALES. COMERCIALES EL TIEMPO SALA 2 PISO 3	COMERCIALES	Tres comerciales con Lisa. En algún hueco arreglo de Nota ABC Ópticas.
	TURNO A.M.	
CAROLINA CORTES. DIAS DE GLORIA SALA 2 PISO 2	DIAS DE GLORIA	Días de Gloria 2:00 a 3:00 p.m. Promo Humberto Dorado.
	Turno A.M.	
LUIS MORENO. NO VIENE. SALA 2 PISO 3	NO VIENE	No viene se dobla el viernes
	TURNO P.M.	
JEAN CALDERON. NO VIENE.	NO VIENE	NO VIENE
	TURNO A.M	
IVAN GOMEZ. PROGRAMACIÓN. PISO 6 SALA 3	PROGRAMACION	Programación
	TURNO A.M.	
LEONARDO CARDENAS. DEFENSOR DEL TELEVIDENTE SALA 4 PISO 6	DEFENSOR	Cap. 30 de noviembre
	TURNO P.M.	
YURY DUQUE. NICK CITY y BRAVISSIMO SALA 1 PISO 2	NICK Y BRAVISSIMO	A.M. Nick City P.M. Historia de Taxista
	TURNO A.M. Y PM.	
NELSON AMAYA. BRAVISSIMO Y COMERCIAL. SALA 1 PISO 3	COMERCIAL Y BRAVISSIMO	2:00 p.m. Comerciales red 3:00 p.m. A 5:00 p.m. Promo Bravissimo

	TURNO P.M.	6:00 p.m. Back up y borrar disco. 8:00 a.m. 10:00 p.m. Nota de Nick City
JUAN ALEJANDRO ORREGO. COMERCIAL SALA 1 PISO 3	COMERCIAL	9:00 a.m. Comerciales red 10:00 a.m. DNA Music 12:00 p.m. Sky Business. 1:00 a 2:00 p.m. Almuerzo. 2:00 p.m. Nota Frigorífico 4:00 p.m. Nota Amarillo.
	TURNO P.M.	
OSCAR AYALA. NO VIENE.	NO VIENE	NO VIENE
	TURNO A.M.	
YEISON FRESNEDA. NO VIENE.	NO VIENE	NO VIENE
	TURNO A.M.	
MARIO ARROYAVE. PROMOS. SALA 1 PISO 3	PROMOS	7:00 a 9:00 p.m. Avance la Hija del jardinero y Aquí no hay quien viva. 9:00 a.m. 12:00 ajuste de Notas Citycleta. 12:00 a 2:00 p.m. Avances Mi Gorda bella
	TURNO A.M.	
LEONARDO CIENDUO. NO VIENE SALA 3 PISO 2	NO VIENE	NO VIENE
	TURNO P.M.	

4. EJE DE INTERVENCIÓN:

El objetivo es optimizar los tiempos de postproducción de cada capítulo de Nickcity, ya que Nick por ser un programa dirigido a los niños-jóvenes necesita que éstos tengan mucho color, estética y efectos que mantenga a los niños entretenidos, así que las falencias radican en los tiempos que se le dedica a postproducción.

La decisión de intervenir el área de postproducción es debido a un desorden que hay en cuanto a los formatos que he presentado a lo largo de éste informe. Con la llegada de la nueva realizadora se ha ido perdiendo el desarrollo de éstos, los cuales hacen más lento el proceso de edición no solo de los capítulos sino de las notas que llevan estos.

Otro de los elementos principales que se estableció para la intervención en el área de postproducción de Nickcity, se basó en la estandarización de horarios para la postproducción en especial de notas pues un editor edita capítulo y otro edita notas. Como editora fija que siempre edita capítulos Nick tenemos A Yuri Paola Duque, y quien edita notas, son editores los cuales son aleatorios dependiendo de qué espacio hay para editarlas. Entonces el que solo haya espacio para capítulo sin que haya el mismo para notas hace pedir horarios y editores que en ocasiones no le gustan al director, pues no tienen el toque Nick. La editora dice: "Lo bueno de editar Nick es que uno se entretiene mucho, con las diversas situaciones, es un libreto muy divertido, lo malo de editar Nick es que a veces el material no está marcado entonces me toca marcar y editar a la vez, o cuando se edita el capítulo el mismo día de emisión es muy maluco porque es hacer las cosas a la carrera, pues estamos sobre el tiempo". (Jaimes 2013)

Por lo general cada lunes se inicia con un consejo de redacción donde se definen los temas que se van a tratar en cada capítulo, todo esto se hace en cuanto a producción, pero no se habla de las postproducción, de cómo manejar la estética, que tipo de música van a llevar las notas por eso se vuelven a retomar nuevamente los formatos que le facilitan a los editores el proceso de edición.

Algo que me parece importante resaltar es el buen manejo en cuanto a producción pues los días jueves se graban tres capítulos seguidos, entonces el manejo en cuanto a capítulo en el momento de edición es rápido solo debe estar marcado para su edición.

Todo esto con la idea de agilizar y evitar percances de último momento, se hacen notas con tiempo para la edición de éstas que dependen de gerencia de producción.

Se pone a debate para el próximo periodo, el tipo de actividades se deben reforzar, cuáles han de ser los programas, y en qué tipo de servicios se deben concentrar los esfuerzos y recursos para ser más eficaces.

- El realizador se compromete a ingestar y marcar el material antes de su edición al igual de las notas pendientes por editar.
- Si hay graficación que éstos turnos se hagan con tiempo, pues Nick es estricto en cuanto quién va a graficar, ya que hay ciertos graficadores que manejan la estética Nick.
- Dividirse y cumplirse las horas estipuladas tanto para graficación como edición del programa



SALA DE EDICIÓN



Ilustración 12: Sala de edición.
Fuente: Dania Marcela Arboleda Arias



Ilustración 13: Avid.
Fuente: Dania Marcela Arboleda Arias

5. JUSTIFICACIÓN

La optimización en los tiempos de postproducción se convierte en una tarea primordial para el área de producción de Nickcity, se plantea la mejora en cumplir los horarios no solo para la edición sino para dejar todo listo para esto, pues no hacer esto hace que se pierdan turnos para editar notas.

La intervención en esta área específica se entiende como una oportunidad elemental para que el practicante conozca los métodos de postproducción de un programa de televisión y más para niños que tiene muchas exigencias en cuanto a la post y de esta manera realice un diagnóstico y posterior intervención en el mejoramiento de las aptitudes, que le permitan desempeñar tareas y funciones más complejas, las cuales le permitirán afrontar el último escalón en su formación profesional y de esta manera ser un profesional competente ámbito laboral. Por medio de esta intervención se conoce además más adelante en qué área es más competente y uno qué puede aportar para fortalecer no solo el área sino al canal como tal.

Así mismo, la intervención se justifica como un elemento propicio para que Nickcity consolide unas dinámicas de postproducción, que permitan facilitar el trabajo para el editor, determinar horarios de trabajo, nuevas tareas específicas de todo el equipo Nick y una mejora en los tiempos de construcción de material audiovisual necesario para la emisión (lunes, miércoles y viernes)

También se entiende como una ocasión propicia para que el canal pueda determinar una óptima realización y producción de un programa tan influyente en los niños y jóvenes en la totalidad de la audiencia del canal Citytv, pues Nick aporta alrededor de un 27% de rating que tiene Citytv.

La variación en la realización de programa, lo cual determina notablemente los inconvenientes en la postproducción del programa, se entienden debido al proceso de

cambio actual que sufre el programa, pues mientras no se determine un objetivo claro de las notas que deben salir, ya que las comerciales priorizan y éstas se deben editar con ciertos editores.

6. OBJETIVOS:

6.1 **Objetivo General:** Estandarizar la postproducción en el programa Nickcity del canal Citytv.

6.2 **Objetivos Específicos:**

- * Conocer las dinámicas de postproducción de los formatos de capítulos y de notas.
- * Reducir los tiempos de postproducción para la calidad del contenido del programa
- * Agilizar los tiempos de montaje y postproducción de audio.

7 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

		1	2	3	4	5	6	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	Agosto			Septiembre			Octubre				Noviembre			Diciembre		enero		
Sesión	CityTv (Nickcity)	16	28	4	13	16	5	12	19	23	3	10	17	24					
1	Emplame y observación de las dinámicas VTR																		
2	Identificación del problema																		
3	Recolección de información																		
4	Resultados / Conclusiones																		

8. CONCLUSIONES:

* Se pudo ver un buen manejo de las dinámicas de postproducción al final del proceso, puesto que se utilizaron los formatos.

*Los tiempos de postproducción se han mantenido hasta el momento, estables, es decir, no se han aumentado ni disminuido ya que Nick requiere mucha técnica el post.

*Protools ha sido ágil en la medida de dejar en la manticora todos los archivos de audios necesarios

BIBLIOGRAFÍA.

Jaimes, Y. P. (23 de 10 de 2013). Sonido imagen y estética. (D. M. Arias, Entrevistador)

Mcluhan, M. (s.f.). *El medio es el masaje*. Recuperado el 29 de 10 de 2013, de El medio es el masaje:

<http://books.google.com.co/books?id=5yPVv4rpmFUC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Rojas, J. V. (21 de 10 de 2013). Sonido imagen y estética. (D. M. Arias, Entrevistador)

Ruíz, J. g. (03 de 10 de 2013). Sonido imagen y estética. (D. M. Arias, Entrevistador)