

INFORME FINAL DE PRÁCTICA PROFESIONAL

**ELABORACIÓN DE MANUAL DE ESTILO PARA EL PROGRAMA PERIODÍSTICO
DC CUENTA DEL CANAL CAPITAL**

NATHALY ANDREA HURTADO TORRES

TUTOR

ANDREA VALLEJO

COMUNICADORA SOCIAL Y PERIODISTA

UNIVERSIDAD CATÓLICA POPULAR DEL RISARALDA

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

PRÁCTICAS PROFESIONALES

PEREIRA

2010

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1. .PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN O SITIO DE PRÁCTICA 9

1.1 Reseña Histórica 9

1.2 Misión 11

1.3 Visión 11

1.4 Objetivos Estratégicos 11

1.5 Valores 11

1.6 Servicios 12

1.7 Número de empleados 12

1.8 Estructura 12

1.9 Productos y servicios 12

2. PAPEL DEL COMUNICADOR 14

3. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN 17

4. EJE DE INTERVENCIÓN 20

5. JUSTIFICACIÓN DEL EJE DE INTERVENCIÓN 22

6. OBJETIVOS 24

6.1 Objetivo General 24

6.2 Objetivos Específicos 24

7. CORONOGRAMA DE ACTIVIDADES 25

8. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS 26

8.1 Resultados de febrero 26

8.2 Resultados de Marzo 28

8.3 Resultados de Abril 32

8.4 Resultados de Mayo 35

8.5 Resultados de Junio 37

9. MANUAL DE ESTILO DC CUENTA, DOCUMENTAL Y CRÓNICA 38

9.1 Presentación 38

9.2 Descripción proyecto audiovisual 38

9.3 Ficha técnica 39

9.4 Servicios técnicos 40

9.5 Recursos técnicos 42

9.6 Lenguaje visual, sonoro, literario y montaje 43

9.7 Cronograma de trabajo 47

9.8 Principios para el uso del lenguaje 48

9.9 Tipografía y graficación 49

9.10 Abreviaturas 49

9.11 Números 50

CONCLUSIONES 51

RECOMENDACIONES 54

ANEXOS 56

APÉNDICES 57

GLOSARIO 69

REFERENCIAS 71

RESUMEN

El presente informe muestra la necesidad de aplicar una herramienta como un manual de estilo, en un programa periodístico investigativo de televisión. En este caso se muestra la descripción y diagnóstico del equipo de trabajo y las formas de producción del programa *DC Cuenta* emitido por Canal Capital, y el proceso de construcción de un manual de estilo para éste proyecto que lleva un año al aire.

Palabras Clave: Manual de estilo, televisión, documental, crónica, reportaje.

ABSTRACT

This report shows the need for a tool such as a manual of style in an investigative television news program. In this case it shows the description and diagnosis of team work and ways of production of the DC Cuenta program broadcasted by Canal Capital Account, and the process of building a style manual for this project that takes a year to air.

Keywords: Manual of Style, television, documentary, chronicle, story.

Introducción

Hacer periodismo investigativo en Colombia no es fácil, mucho menos si se trata de televisión. La televisión ha reducido su espacio al entretenimiento y ha dejado un mínimo lugar a los noticieros, que sin querer demeritar su trabajo no son más que transmisores de información; en muchos casos, sin la consulta de diversas fuentes y casados con el oficialismo.

El periodismo investigativo que se ve en las pantallas de nuestro país es mínimo, y pocos son generadores de opinión. La crítica parece estar mandada a recoger y quienes se atreven a generarla, simplemente son atacados por el estado o por algún grupo armado ilegal que se siente agredido.

La libertad de expresión en nuestro país parece un tesoro que se debe luchar con la vida y no un derecho que todo ser humano posee. Sin embargo, hay quienes quieren hacer periodismo independiente, investigando a fondo y no solo dándole la voz a quienes acostumbran a salir en los noticieros de los canales privados, que entre otras cosas son los más vistos.

Hace más de un año, un grupo de apasionados y profesionales de los medios de comunicación, iniciaron un proyecto de periodismo investigativo en la capital colombiana, desde un canal público se dieron a la tarea de contar historias cotidianas, narrar hechos históricos, opinar y dar voz en acontecimientos de coyuntura nacional, todo esto para que cada televidente desde su casa se cuestionara acerca del acontecer de la ciudad o nacional, o simplemente viera reflejada su realidad en una pantalla de televisión.

Es así como inicia un programa de televisión que en un año de emisión ya ha sido galardonado con dos premios de periodismo Álvaro Gómez Hurtado y una nominación a los Premios del Círculo de Periodistas de Bogotá, CPB. Logrando así, dejar huella con mucha dedicación, arduo trabajo y muy bajo presupuesto.

El proceso de producción de un programa periodístico investigativo requiere de la entera disposición del equipo humano y de todos los elementos técnicos, con el fin de lograr una buena realización, es necesario para ello, tener en cuenta la parte estética y el contenido.

En el presente trabajo encontrará un diagnóstico de la producción del programa investigativo *DC Cuenta* y la construcción del manual de estilo del mismo, aunque el programa lleva un año de emisión, no cuenta con esta importante herramienta de consulta de trabajo para quienes apenas inician labores en éste proyecto.

El manual de estilo para un programa de televisión y más para un programa periodístico investigativo, lejos de ser una camisa de fuerza para periodistas y realizadores, se convierte en una guía para guardar elementos estéticos y de uso de información, sin que se pierda el estilo de cada uno de los periodistas, en cada una de las notas.

Además de ser una guía para el programa, el manual de estilo ayuda a la resolución de dudas del equipo humano en todos los procesos de producción, es una buena forma de mostrar el programa en el caso de que se quiera cambiar de canal de emisión o vender la idea, asimismo ayuda a nuevos integrantes del equipo a conocer a fondo los principios, el público, el lineamiento ideológico, la estética y otros elementos importantes de un programa de televisión.

Para llevar a cabo la construcción del manual de estilo de *DC Cuenta*, se hizo un diagnóstico de la organización en la que se desarrolla (Canal Capital), del equipo de trabajo y de su forma de trabajar, y finalmente del contenido y de la parte estética del programa.

El manual de estilo en *DC Cuenta*, en principio no se vio como una necesidad entre los integrantes del equipo más antiguos y quienes desde los inicios del proyecto, estuvieron allí. Pero, con el paso de los días, nuevo personal ha venido conformando el equipo, además de los nuevos practicantes que se integran a *DC Cuenta* en el transcurso del año. Es entonces cuando la necesidad surge de quienes se interesan en conocer el proyecto y no solo lo ven sino que quieren conocer su forma de hacer y cuáles son los procesos.

Una vez terminado el manual de estilo se socializó y quedó una copia impresa y digital, para uso de los integrantes de trabajo, para despejar dudas y como una herramienta dirigida hacia aquellos que están interesados en la producción, la realización y el periodismo audiovisual.

1. Presentación de la organización o sitio de práctica

1.1. *Reseña Histórica*

El Canal Capital hizo su primera emisión el día 3 de noviembre de 1997, luego de su constitución mediante Escritura Pública número 4854 del 14 de noviembre de 1995, se constituyó la sociedad Canal Capital Ltda., siendo socios la Alcaldía Mayor de Santafé de Bogotá D.C., la Empresa de Telecomunicaciones de Santafé de Bogotá y el Instituto Distrital de Cultura y Turismo. En la actualidad los socios de Canal han sido el Distrito Capital y el Instituto Distrital de Cultura y Turismo.

Con el presupuesto inicial asignado a Canal Capital se hizo adquisición de los derechos de emisión su programación para formar la parrilla que emitiría al público. Con posterioridad, el canal diseñó y emitió la *Franja Metro*. En sus fases posteriores se solicitaron recursos del Fondo para el Desarrollo de la Televisión, administrado por la Comisión Nacional de televisión, CNTV, para su realización.

Canal Capital, tuvo que enfrentar la crisis generada por la concentración de la pauta publicitaria en los canales privados nacionales, RCN y Caracol, y privados locales como City TV que prohibieron a sus empresas filiales pautar en la televisión regional.

Con la llegada de la nueva administración en el 2004, y con el apoyo del Alcalde Mayor, Canal Capital, logró mejorar el nivel de ingresos propios, aunque todavía no se alcanza el punto de equilibrio para un autosostenimiento. Desde el 24 de agosto de 2005, Canal Capital

es visto no sólo en Bogotá sino en todas las regiones del país e incluso en el exterior, a través de la señal que difunden diversos cable-operadores.

El 5 de Julio del año 2005 Canal Capital cambia su razón social, dejando de ser una sociedad limitada para convertirse en una sociedad pública, organizada como empresa industrial y comercial del estado, con carácter de entidad descentralizada indirecta.

Así las cosas, Canal Capital, como Operador Público Regional se constituye en un servicio público, un servicio a la ciudadanía, un canal de expresión pública, y un canal de diálogo de los ciudadanos organizados con el ejecutivo y con el legislativo. El canal público es un instrumento al servicio de la sociedad.

Entre 2008 y 2010 se evidencian mayores esfuerzos en la ampliación y mejora de la parrilla de programación, es así como salen al aire programas como *El Primer Café*, *Ambiente de Ciudad*, *Cultura Capital*, *Musicapital Magazine*, *Cine Capital*, *Bogotá Positiva*, *Samuel en la DC Cuenta*, *El concejo al día*, *Versión Libre*, *El Libro de Sofía*, *Escenarios del Mundo*, *Verdicto* y nueva programación Infantil variada, que han tenido gran cobertura y han llenado las expectativas de los televidentes en gran medida.

Así mismo, y con éstos recursos se ha fortalecido el sistema técnico del Canal: compra de cámaras, equipos y software de graficación, salas de edición, master de producción y edición, entre otros.

Los recursos asignados en el presupuesto y los recursos otorgados por la Comisión Nacional de Televisión, a través del Fondo para el Desarrollo de la Televisión, han sido destinados y administrados para mejorar la imagen del Canal, a efectos de ofrecer una programación atractiva, dirigida al desarrollo social y cultural de la ciudad, teniendo en cuenta, las preferencias de la audiencia e interpretando la pluralidad, en todos los sentidos, de la gente que habita de Bogotá.

1.2. Misión

Canal Capital es el canal regional de la ciudad de Bogotá, organizado como empresa industrial y comercial del Distrito Capital, para prestar un servicio de televisión pública de calidad, orientado a formar, educar, recrear e informar objetivamente, fortaleciendo la identidad cultural y el arraigo de esta región del país.

1.3. Visión

Al año 2015 Canal Capital, estará posicionado como el canal regional líder en el país, garantizando una programación innovadora en contenidos culturales, educativos y sociales.

1.4. Objetivos Estratégicos

- Incrementar la satisfacción de los requisitos y expectativas de los clientes.
- Garantizar la eficacia, eficiencia y efectividad de los procesos institucionales.
- Asegurar el crecimiento y desarrollo del talento humano del canal

1.5. Valores

- Respeto
- Compromiso
- Solidaridad
- Equidad
- Excelencia

1.6. Servicios

- Calidad
- Transparencia
- Responsabilidad
- Efectividad

1.7. Número de empleados

El canal cuenta con aproximadamente 200 empleados, entre contratación interna y contratación externa.

1.8. Estructura (organigrama) TABLA 1 (pg 55)

1.9. Productos y Servicios

- Unidad Móvil
- Transporte De Señal
- Servicio Equipos De Televisión
- Talento Humano

- Transporte
- Estudio De Televisión

2. Papel del Comunicador

La comunicación transversaliza la sociedad, se encuentra en todas las acciones por mínimas que estas parezcan. En el programa de televisión *DC Cuenta*, documental y crónica, emitido por el Canal Capital, es de gran importancia el papel de un Comunicador Social- Periodista integral, puesto que, la responsabilidad comunicativa tiene gran peso. La formación y visión del mundo de un realizador audiovisual, periodista empírico o productor de cine y televisión, no bastan.

En este caso, el Comunicador Social-Periodista, aporta concepto en todos los momentos de la producción y realización. Es importante el concepto, en conjunto con el conocimiento y el manejo de las herramientas. La intención de cualquier producto audiovisual es comunicar, en *DC Cuenta*, no sólo se pretende comunicar sino mostrar una situación equidistante con el fin de que la audiencia decida y concluya su verdad frente a las realidades sociales. El comunicador está en la capacidad de buscar y determinar qué voces de la cotidianidad, de un tema específico, son más relevantes y aportan a un tema. Además, los realizadores, productores y editores audiovisuales, no sólo piensan en vender un producto, sino en respetar tanto a la audiencia como a los testimonios de las voces que nutren y pintan cada una de las notas.

El aporte de la comunicación, en la realización audiovisual, está en conocer lo social, saber de dónde provienen las historias y hacia dónde están dirigidas, teniendo en cuenta el público al cual se quiere llegar, pero tratando de abrir el espectro.

Dentro del equipo de producción de *DC Cuenta*, el Comunicador Social – Periodista, realiza labores de producción, de cada uno de los capítulos, que cuenta con tres notas periodísticas y que toman la forma de crónica, documental o gran reportaje. La producción en éstas notas consiste en

conseguir y contactar las diferentes fuentes, organizar los horarios de cámara, gestionar el transporte del canal y conocer la disponibilidad del periodista para hacer la entrevista. Posteriormente, conseguir material de apoyo para las notas y, finalmente, hacer un cronograma de edición.

Una vez hechas las labores de producción, continúa la realización de las notas periodísticas, se investiga acerca del tema o la persona a quien se va a entrevistar. Se elabora un cuestionario para hacer una entrevista semi-estructurada. En el lugar donde se realiza la entrevista, en compañía del camarógrafo, se decide en qué espacio, con qué iluminación y de qué forma se hará la entrevista para que tenga una fotografía agradable, con buena composición y que comunique y cumpla la intencionalidad de la nota. Terminada la entrevista, se hacen suficientes imágenes de apoyo, del personaje o de las situaciones, pensando siempre en el momento de la edición.

El proceso final de la realización comienza con la visualización del material, se procede a seleccionar y elegir los *fulles* que tienen mayor relevancia, intentando responder las cinco *W's* (qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué), y ampliando la información, según la manera en que se quiera construir la nota, éstos *fulles* no solo sirven para responder éstas preguntas, sino para narrar una historia, y las preguntas, o algunas de ellas se pueden responder con las *voces en off* que apoyan la nota. Luego de tener la información suficiente, construir el texto de los *off* y los *fulles* elegidos, se proceder a editar. La edición es el proceso en el cual se le da forma a la nota, en donde se pinta y se musicaliza, en donde los *fulles* adquieren sentido y entran en armonía con las imágenes de apoyo. Antes de editar es importante tener una idea de la música a utilizar, ésta debe ir de la mano con la intencionalidad comunicativa de la nota.

El proceso de edición es un trabajo en equipo con el editor, quien está a cargo del montaje de la nota. Quien edite puede dar su aporte creativo y hacer ajustes que le den ritmo a la pieza, todo esto respetando al idea inicial del realizador y cualquier cambio se debe consultar con el mismo.

Después de tener la nota editada, se la muestra al director y éste sugerirá cambios, si son necesarios. Generalmente, los cambios son de ajuste de tiempo dependiendo de la duración de la nota. Cada nota debe durar máximo 7'30''.

Semanalmente, sale una nota por periodista o realizador, ésta lleva una investigación mínima de una semana que según el tema y su relevancia, puede durar meses. La realización puede durar mínimo una semana y el máximo lo dan los tiempos determinados por el consejo de redacción semanal y la relevancia del tema.

3. Diagnóstico del área de intervención o Identificación de necesidades

DC Cuenta, es un programa periodístico de investigación, en el cual, se utilizan géneros como la crónica, documental o gran reportaje, para contar historias que van desde la cotidianidad de un barrio de Bogotá, hasta temas de coyuntura nacional.

Su emisión son los lunes a las 9 de la noche y se repite los viernes en el mismo horario. Su público objetivo es amplio, desde un joven de 14 años hasta un adulto mayor de 60 años. La producción de *DC Cuenta*, inicia en un consejo de redacción, el cual se desarrolla todos los lunes a las 9 de la mañana. En este espacio los integrantes del grupo dan temas para posibles programas, luego de pasar una primera aprobación por el director, se proponen posibles fuentes para abordar el tema y se decide qué periodistas van a hacer cada una de las notas del programa.

Luego del consejo de redacción, cada periodista inicia el proceso de investigación, hace llamadas, busca contactos, manda correos electrónicos ó físicos. Hace las cartas de permisos, si es necesario. En ocasiones el periodista cuenta con la ayuda de un asistente que es quien hace todo éste proceso de preproducción.

Posteriormente, el periodista investiga sobre el tema, al mismo tiempo que avanza en la consecución de las fuentes. En la mayoría de los casos se hace un cuestionario, un instrumento para hacer una entrevista semi-estructurada. Cuando ya estén confirmadas las citas, se informa al equipo que se hará uso del equipo de cámara, y que será acompañado por el camarógrafo, el asistente de cámara y por un conductor.

En el lugar de la entrevista, se disponen los elementos necesarios para desarrollarla. Luces, filtros, cámara, micrófonos y elementos del espacio. Aunque el camarógrafo es autónomo y es quien hace la dirección de fotografía, es claro que el periodista es el realizador y jefe de equipo, y es quien sugiere planos, ambientes y además, es quien tiene claro, lo que se quiere comunicar.

Una vez se recogen imágenes, ya sean grabadas o conseguidas de archivo y se tienen las entrevistas, se debe pedir un turno de edición, que puede ir de dos a cuatro días dependiendo de la complejidad del tema.

Antes de llegar al momento de la edición, es importante saber: cómo se quiere contar la historia, preseleccionar música, tener texto escrito y el material necesario para hacer el montaje. Cuando el proceso de edición esté finalizado, el director general del programa ve la nota y le hace correcciones, que generalmente son de forma. Se hacen los respectivos cambios y se pasa la nota finalizada para que sea incluida en el programa.

Paralela a la producción de cada una de las notas, se hacen las grabaciones de las presentaciones del programa, las cuales son realizadas por la presentadora Beatriz Helena Álvarez. El guión es escrito por el director, quien tiene en cuenta la temática del programa y cada una de las notas.

Generalmente, el programa se termina de montar en edición durante el fin de semana y se baja al cassette que se lleva a emisión el lunes en la tarde, para ser emitido esa misma noche.

Es importante aclarar que, al mismo tiempo que se produce *DC Cuenta*, el mismo equipo de producción está trabajando con el programa *Samuel en la Calle*, (programa institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá), el cual se emite semanalmente, los sábados a la 5:30 PM.

Luego de hacer una observación directa y hacer entrevistas semi-estructuradas a los integrantes del equipo de producción del programa *DC Cuenta*, se llegó a la conclusión de que es necesario el apoyo en la realización de las notas y de la construcción de un Manual de estilo, para que a la llegada de nuevos practicante y posibles nuevos integrantes del equipo, sea más fácil el empalme, al programa.

4. Eje de Intervención

Como comunicadora social-periodista en la finalización de mi proceso de formación, se me han abierto las puertas en el equipo de trabajo *DC Cuenta*, dándome la posibilidad de liderar procesos de producción y realización, desempeñándome como periodista y haciendo la producción de notas propias y ajenas.

Debo mencionar que gracias al trabajo realizado en equipo, el programa obtuvo un reconocimiento en los premios periodísticos Álvaro Gómez Hurtado en su edición 2010, en un especial de prensa libre realizado por el director Fernando Chacón y con mi producción.

A continuación hay una descripción de las funciones que me fueron delegadas en mi tiempo de práctica. La primera labor asignada en la producción, es la de asistencia de dirección y la segunda labor es la de realización de notas, lo que incluye investigación, grabación y acompañamiento en la edición de cada nota periodística. Además de estar en todos los consejos de redacción, en los cuales, aparte de aportar en temáticas, se hacen observaciones de las labores de todos los integrantes del equipo.

Para la asistencia de dirección, se debe tener una comunicación permanente y fluida con el director, éste delega funciones de pre-producción de sus notas, además de la organización de funciones de los otros practicantes y la coordinación en campo de las grabaciones. Para la realización de notas estoy encargada de la pre, pro y posproducción (junto al editor de turno) de todas las notas que me asignan en los consejos de redacción.

“Los libros de estilo de los medios de comunicación han sido desde su origen un conjunto heteróclito de normativas lingüísticas, protocolos profesionales, principios éticos, y, sobre todo, la formulación activa de un estilo propio del medio, compuesto, pues, por una mezcla de normas sustantivas, comportamentales (profesionales) y estéticas” (Alcoba, 2009, p. 203)

En los ejes de intervención dentro de la producción de *DC Cuenta* he decidido complementar y unificar el Manual de Estilo del programa para tener una idea clara y general de éste. Asimismo, para facilitar el empalme de todos las personas que se vinculen de manera permanente o indefinida al proyecto.

5. Justificación del eje de intervención

DC Cuenta es una producción audiovisual, de periodismo investigativo, relativamente nueva, la cual ha mantenido su *look* y su forma de hacer periodismo investigativo., valiéndose de géneros periodísticos como el gran reportaje, la crónica, el documental y la videografía. Ha mantenido un equipo compacto, conformado por un director, un productor general, tres periodistas y dos editores. Además, cuentan con el trabajo de practicantes que varían de acuerdo con la cantidad de trabajo que se proyecte para el semestre.

Aunque esta forma de trabajo y el formato de la producción se ha mantenido, es cierto que el equipo varía cada seis o nueve meses en cuanto lleguen practicantes nuevos, lo cual implica una formación a dichos practicantes, formación que no es fácil y que no basta con mostrarle los programas ya producidos. Lo que hace necesario, construir un manual de estilo que explique la dinámica de producción del programa, además el producto es de una alta calidad, tanto periodística como estética, lo cual permite que el programa sea ofrecido a otros canales en el momento necesario para sostener su producción.

Es importante aclarar que el programa *DC Cuenta* es una producción que no cuenta con recursos propios y que se hace a voluntad de los integrantes del equipo y con el préstamo de los equipos, tanto del canal, como con los equipos destinados para la producción de *Samuel en la Calle*.

Por lo anterior se entiende que, es necesario hacer un manual de estilo, sencillo en donde se explique de qué trata el programa, cómo se hace, quienes lo hacen, por qué se hace, para qué

se hace, a qué público está dirigido, en qué horario, por cuál canal es emitido y otras generalidades que aunque sencillas son de importancia para vincularse al equipo de trabajo en cualquier fase de la producción (pre, pro ó postproducción).

Además, es de amplio conocimiento que toda producción comunicativa debe tener un manual de estilo, para que así, cambie el capital humano, la idea perdure y no varíe de acuerdo con las personas. Esto permite una realización más profesional y organizada, para que el producto se pueda mostrar y vender, y también para que se puedan defender los derechos de la producción.

“Los libros de estilo suponen un esfuerzo para obtener identidad: mantener un lenguaje correcto, un estilo propio, y construir, de este modo, la figura singular de un medio.” (Pérez, 2009, p.14)

Finalmente, éste manual de estilo será de utilidad para todos los integrantes del equipo de producción y para las personas que, posteriormente, se adhieran a éste. El manual de estilo deberá pasar por la revisión del director y productor del programa, y se harán los ajustes necesarios según el criterio de estos y las observaciones obtenidas por todo el equipo de trabajo.

6. Objetivos

6.1 *Objetivo General*

- Hacer un manual de estilo que permita el conocimiento del programa *DC Cuenta*, en todas sus fases de producción, las funciones que exigen la producción y las generalidades que describan totalmente el producto audiovisual.

6.2 *Objetivos Específicos*

- Diagnosticar el programa periodístico *DC Cuenta*, para así conocerlo y saber cuáles son sus dinámicas de producción.
- Escribir un boceto de manual de estilo para el programa periodístico *DC Cuenta*, teniendo el aval del director y el productor del mismo.

7. Cronograma de actividades planeadas

Las actividades planeadas van a estar divididas en tres momentos. Primero se hará un diagnóstico que iniciará con observación no participante, luego se desarrollará observación participante y finalmente, se aplicarán entrevistas semiestructuradas. Luego vendrá el análisis de la información arrojada por el diagnóstico.

El segundo momento del cronograma, describe las fases de construcción de un manual de estilo para *DC Cuenta*, como una necesidad encontrada, a partir del diagnóstico de la organización, específicamente, del equipo de producción del programa.

Una vez creado el manual de estilo y puesto en común, se sacarán conclusiones a partir de su uso entre quienes conformamos actualmente el equipo de trabajo de *DC Cuenta* en el Canal Capital.

APÉNDICE 1 (pg 56)

8. Presentación de resultados

8.1 Resultado de Febrero

ACTIVIDAD 1 INICIO: OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE

La organización es pequeña, hay un ambiente de confianza y familiaridad. Las máquinas visualizadoras, que son tres, se comparten con todos los programas del canal.

Existen áreas del canal que son comunes, tales como el archivo, graficación, autopromos y la dependencia para hacer producción o grabar y donde se solicitan las cámaras y los vehículos.

ACTIVIDAD 2 SEGUIMIENTO OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE

Al interior de la oficina en donde se coordinan los programas televisivos *Samuel en la Calle* y *DC Cuenta*, trabaja un equipo conformado por un director general, un productor, tres periodistas y dos editores. Además, me comienzo a vincular como practicante, teniendo responsabilidades como periodista, productora y realizadora de mis propias notas periodísticas para los dos programas audiovisuales.

En las reuniones del equipo de producción se habla de la vinculación de tres practicantes más.

Las notas del programa *Samuel en la Calle*, tienen una duración mínima de dos minutos y máxima de cuatro minutos, mientras que las crónicas, documentales o reportajes del programa periodístico investigativo *DC Cuenta*, son de mínimo seis minutos y máximo 22 minutos (con un corte de comerciales) que abarca todo el programa, en caso de que sea un especial.

Hasta este momento no se han realizado notas para *DC Cuenta*, en cambio el programa *Samuel en la Calle* ya lleva dos grabaciones y el mismo número de emisiones.

En mi proceso de práctica, ya hice mi primera nota para *Samuel en la Calle*, se hizo en forma de crónica y se pudo ver cómo es el trabajo en general, de la producción del programa, es decir, la grabación con el presentador, que en éste caso, es el Alcalde Mayor de Bogotá, Samuel Moreno Rojas, y sus invitados por bloque; además del desarrollo de cada una de las notas de cada programa.

ACTIVIDAD 3 ANÁLISIS DE LA OBSERVACIÓN NO PARTICIPANTE

La observación no participante no pudo durar mucho tiempo, puesto que, la vinculación con el equipo de trabajo no dio mucha espera.

El equipo de trabajo es muy unido, pero cada quien trabaja de una manera independiente, avanzando en cada una de sus labores, pero nunca dejando a un lado el trabajo en equipo. El ambiente laboral es bueno y mi recibimiento como practicante ha sido realmente cómodo.

En este momento los editores son nuevos, la editora de la mañana es más diestra en el tema, mientras que el desempeño del editor de la tarde, ha generado algunos conflictos en la posproducción de los programas y ha generado molestia en la mayoría de las personas que integramos el equipo de producción.

Es cierto que el bajo rendimiento de una persona del equipo de trabajo puede entorpecer las labores de todo un equipo, pero al mismo tiempo se mide la calidad de los otros integrantes de la producción haciendo que de éste tipo de tropiezos, se aprenda mucho más.

ACTIVIDAD 4 OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

El proceso de observación participante inició con el primer consejo de redacción, en donde se proponen temas para el primer *DC Cuenta* del año, que será con el tema donación de órganos, con el cual se espera participar en un concurso organizado por una fundación que trabaja en pro de este tema.

En este consejo de redacción tengo una participación más activa y directa para el programa *DC Cuenta*, en el cual se proponen temas próximos como político por adopción, el tema del cierre de la revista cambio y un especial del Festival Iberoamericano de Teatro, próximo a comenzar.

8.2 Resultados de Marzo

ACTIVIDAD 1 SEGUIMIENTO OBSERVACIÓN PARTICIPANTE (FASE 2 DIAGNÓSTICO)

En ésta fase de la observación participante se me delega la producción y realización de una nota en la temática de políticos por adopción, en la cual viví lo que era realizar una nota para *DC Cuenta* y la exigencia que estas requieren.

Pasos para realizar una nota periodística para DC Cuenta:

1. Aprobar el tema en el consejo de redacción.
2. Buscar fuentes que puedan aportar al tema.
3. Investigar acerca del la temática a tratar.

4. Buscar las posibles posturas con respecto al tema y así, tener otras posibles fuentes.
5. Confirmar disponibilidad de fuentes y programar grabación con cada una de ellas.
6. Hacer un plan de grabación.
7. Solicitar cámara y vehículo para cada una de las grabaciones.
8. Hacer un cuestionario para hacer la entrevista o tener claro el tema y llevar unas preguntas prediseñadas para tener ritmo durante la conversación.
9. Hablar con el camarógrafo para informarle qué se quiere mostrar y de qué manera, es decir, hablarle de la estética, el encuadre y el manejo de cámara que se quiere durante la entrevista y en las imágenes de apoyo.
10. En el momento en el cual se tiene contacto personal con la fuente, es importante hablarle del tema, el enfoque que se le quiere dar y “romper el hielo” para así, obtener la información deseada.
11. Una vez se tienen las entrevistas necesarias y las imágenes de apoyo con cada uno de los entrevistados se pasa al proceso de visualización y pietaje de las entrevistas, buscando obtener los mejores testimonios de cada uno.
12. Cuando se tienen los mejores fulles de las entrevistas, se comienza el montaje de la historia como tal, se construyen los off, si se quieren utilizar, y se arma la historia haciendo un guión de edición en donde se evidencia el orden del los off,

fulles, imágenes de apoyo y música, y en donde van a ir ubicados todos estos elementos.

13. Se apartan los turnos de edición, para una nota de *DC cuenta* se apartan mínimo dos y máximo tres turnos de edición en una nota normal, en el caso de un especial se requieren hasta cinco turnos de edición.
14. Antes de iniciar la edición es necesario confirmar si es suficiente el material de apoyo que se tiene, en caso de no ser así, se busca material en el archivo del canal o se hacen imágenes propias. Además, si se requiere graficación, es necesario pedir las con anticipación al departamento de graficación según el grado de elaboración que se necesite.
15. En el primer turno de edición se sube al computador el material requerido, se graban las voces en off y se hace el esqueleto de la nota. En el segundo turno de edición se termina de editar montando música, haciendo corrección de color, de audio y revisando los efectos y disolvencias que se quieren.
16. Una vez terminada la edición, el director del programa revisa el producto y hace sugerencias, si es necesario se hacen cambios.
17. Cuando la nota está lista, se inserta en el programa junto con las otras dos notas o se monta sola sobre las presentaciones, innes y titulares que hace la presentadora del programa, las cuales están previamente grabadas.

ACTIVIDAD 2 SEGUIMIENTO OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

(FASE 2 DIAGNÓSTICO)

Se han desarrollado varias notas de *DC Cuenta*, el desarrollo es el mismo.

El editor de la tarde no sube su rendimiento, pero aún no se toma la decisión de prescindir de sus servicios, esto hace que el trabajo sea lento y la carga laboral se le incremente a la editora de la tarde. El ambiente se pone más tenso con el editor.

ACTIVIDAD 3 ANÁLISIS DE RESULTADO OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

(FASE 2 DIAGNOSTICO)

La observación participante arroja como resultado que el equipo de producción trabaja de manera cómoda y eficaz, pero la incorporación de nuevo personal que no está a la altura del equipo de trabajo afecta el buen desarrollo de los dos proyectos, entorpeciendo las labores y retrasando el trabajo, generando estrés e inconformidad dentro del grupo laboral.

Las labores del equipo de producción están definidas pero mi ingreso como practicante aunque bueno, estuvo recargado de actividades porque todas las personas que allí trabajan me delegaron labores, aparte de mis propias ocupaciones.

ACTIVIDAD 4 CREACIÓN DE LA HERRAMIENTA PARA LA ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA

Según las inquietudes que se han generado a partir de la observación no participante y la observación participante y además de mi propia vivencia, decidí hacer una entrevista para complementar el diagnóstico.

La herramienta se creó a partir de la necesidad de descubrir las funciones reales de los integrantes del equipo de producción, saber cómo se integra una nueva persona al equipo de trabajo de *DC Cuenta*, sea practicante o un colaborador, y si existe o no un manual de estilo del programa, en el caso de que no exista, si es necesaria o no, su creación e implementación para el programa *DC Cuenta*.

ACTIVIDAD 5 APLICACIÓN DE LA HERRAMIENTA AL EQUIPO DE TRABAJO

Por medio de correo electrónico se le hizo llegar la herramienta a los integrantes del grupo de trabajo.

8.3 Resultados de Abril

ACTIVIDAD 1 REVISIÓN RESULTADOS PARCIALES ENTREVISTAS (FASE 3 DIAGNOSTICO)

Hasta éste punto sólo ha dado respuesta el director del programa, con esta entrevista se evidencia su labor dentro del programa y cómo es la dinámica de producción del mismo, además de lo importante que es la creación de un manual de estilo.

ACTIVIDAD 2 COMPILACIÓN DE ENTREVISTAS (FASE 3 DIAGNOSTICO)

En éste punto todas la entrevistas están resueltas, algunos muestran empatía con la idea de la creación de un manual de estilo, otros no están de acuerdo. Lo que es cierto es que el manual de estilo se tiene en la cabeza aunque no se tiene una herramienta física.

ACTIVIDAD 3 ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTREVISTAS (FINALIZACIÓN FASE DIAGNÓSTICA)

FERNANDO CHACÓN (DIRECTOR GENERAL):

Explica qué es *DC cuenta* y dice que hay libertad para que los periodistas desarrollen sus notas. No menciona la necesidad de hacer un manual de estilo, aunque menciona las características del look del programa.

GONZALO JIMÉNEZ (PRODUCTOR GENERAL):

Conoce el concepto del programa pero no habla de un manual de estilo establecido, considera necesario tenerlo pero no especifica su existencia.

ANGELICA BORFELDT (EDITORA):

No hay manual de estilo y sí es necesario, afirma.

DIEGO ROJAS (PERIODISTA REALIZADOR):

Coincide en que no hay un manual de estilo y considera innecesario uno.

OSCAR BUSTOS (PERIODISTA REALIZADOR):

No hay manual de estilo y lo considera muy necesario.

LONARDO LÓPEZ (PERIODISTA REALIZADOR):

Dice que si hay manual de estilo y lo considera importante.

MÓNICA BUSTAMANTE (EDITORA):

No conoce el manual de estilo del programa y lo considera muy importante.

PRACTICANTES

FELIPE ROCHA:

No lo conoce, sí lo considera necesario, para plantear mejor el trabajo.

ADRIANA GÓMEZ:

No lo conoce, lo considera necesario para entender las pautas del programa y mejorar el trabajo.

ALEJANDRO MORA:

No lo conoce, sí lo considera necesario para llevar unos lineamientos y saber a dónde dirigirse a futuro.

NATHALY HURTADO TORRES:

No existe un manual de estilo para DC Cuenta, lo considero necesario para tener unas pautas a nivel audiovisual y conocer mejor el proyecto. Además. es importante tenerlo para solucionar dudas y no caer en ambigüedades.

ACTIVIDAD 4 ANÁLISIS DE RESULTADOS ENTREVISTAS (Finalización fase diagnóstica)

Las entrevistas semiestructuradas arrojaron como resultado que no existe un manual de estilo para *DC Cuenta*, pero la mayoría de los entrevistados conocen el estilo tanto conceptual como estético del mismo.

Es necesario crear un manual de estilo en donde no se limite a los realizadores y periodistas, pero que se tenga claridad en la concepción de las notas en la parte conceptual y estética, desde la investigación hasta la pos producción.

Además de tener una misma concepción del programa, respetando la visión de los realizadores, con un manual de estilo se puede conocer de una forma más fácil y rápida el programa, entendiéndolo para así, trabajar en él y porqué no, mostrarlo a algún canal o productora que quiera conocerlo y comprarlo.

8.4 Resultados de Mayo

ACTIVIDAD 1 INICIO DE LA CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL DE ESTILO DE DC CUENTA.

ACTIVIDAD 2 CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL DE ESTILO DE DC CUENTA.

ACTIVIDAD 3 CONSTRUCCIÓN DEL MANUAL DE ESTILO DE DC CUENTA.

Las actividades 1, 2 y 3 del mes de mayo transcurrieron normalmente. El manual de estilo se hizo con base en algunas apreciaciones de los integrantes más antiguos del equipo de producción, algunas inquietudes surgieron por parte de periodistas y practicantes y estas mismas sirvieron para el complemento del manual.

La primera parte del manual de estilo está compuesta por la descripción del proyecto audiovisual, allí, se encontrará el nombre del proyecto, su objetivo, el público al cual está dirigido, horario, duración y todas las generalidades. Además, se encontrará la descripción de la parte audiovisual, la factura estética y algunas generalidades del trabajo periodístico.

Posteriormente, de manera breve se explican los principios para el uso del lenguaje, tipografía y graficación que se utilizará en el proyecto, uso de las abreviaturas, uso de los números y finalmente, el manejo de la información.

Todo lo que se encuentra dentro del manual de estilo son parámetros de forma y fondo, dentro de los cuales se pueden mover los periodistas, pero uno de los principios del programa es el respeto por la forma en la que cada uno de los realizadores y periodistas hacen y desarrollan sus notas, pero dentro de los principios éticos del periodismo y el respeto por la audiencia.

Por la carga laboral que tiene semanalmente el programa, el trabajo de construcción del manual de estilo estuvo a mi cargo, como lo mencioné anteriormente, partiendo de dudas, inquietudes y observaciones de periodistas y practicantes.

ACTIVIDAD 4 SOCIALIZACIÓN DE MANUAL DE ESTILO:

El equipo del proyecto *DC Cuenta*, recibió de buena manera el manual de estilo. Aunque algunos son muy escépticos frente al uso de libros y manuales de estilo por su formación empírica, otros recibieron con muchas ansias el manual.

En general todos hicieron comentarios frente al contenido del manual, se discutieron cambios y se le hicieron.

Los practicantes fueron los que mejor recibieron el manual e hicieron apreciaciones positivas, el director y el productor fueron receptivos y estuvieron de acuerdo con la forma en que se desglosó la forma de producción de las notas y el programa en general.

ACTIVIDAD 5 COMIENZO DE USO DEL MANUAL DE ESTILO DC CUENTA

Es cierto que el manual de estilo es una buena herramienta para conocer el funcionamiento y las normativas del programa, pero en el ritmo de trabajo y con el flujo de actividades que existen no es posible que todo el tiempo nos remitamos al manual, sólo se hace uso de éste, cuando existan dudas específicas.

8.5 Resultados de Junio

ACTIVIDAD 1 USO DEL MANUAL DE ESTILO DC CUENTA

Las dudas más frecuentes que resuelven los practicantes, con el manual de estilo son las maneras de escribir abreviaturas y maneras de citar. En cuanto a la forma, los practicantes consultan en su mayoría los planos que se deben usar en las entrevistas.

ACTIVIDAD 2 SOCIALIZACIÓN DE RESULTADOS DEL MANUAL DE ESTILO

Los que más utilizan el manual de estilo son los practicantes. Se institucionalizó el uso del manual de estilo en las personas que inicien labores en el proyecto.

La mayoría del equipo considera que el manual de estilo es una herramienta necesaria y fue aprobado por el director y el productor.

Algunos integrantes continúan escépticos aunque acatan la norma de uso.

9. MANUAL DE ESTILO DC CUENTA, DOCUMENTAL Y CRÓNICA

9.1 *Presentación*

DC CUENTA es un programa periodístico investigativo, emitido por el canal capital. Canal de televisión pública de Bogotá, Colombia.

Dc Cuenta, tiene como compromiso hacer un periodismo investigativo serio, con un estilo audiovisual fresco, con buena factura y de riguroso y alto contenido investigativo.

9.2 *Descripción proyecto audiovisual*

- *Nombre del proyecto audiovisual*

Dc cuenta, documental y crónica.

- *Género del proyecto audiovisual.* Programa periodístico investigativo en el cual se realizan crónicas, videografías, reportajes y/o documentales, que cuentan historias de héroes cotidianos, casos insólitos, denuncia o temáticas de coyuntura nacional.
- *Tiempo de duración.* 30 minutos, incluidos dos cortes a comerciales. Tiempo real del contenido 24 minutos.
- *Objetivo del proyecto audiovisual.* Desarrollar un proyecto periodístico investigativo, en el cual, se utilicen géneros periodísticos como el documental, la crónica, el reportaje, la entrevista y videografía. Con buena factura estética y de alto contenido periodístico.

- *Público objetivo.* Este programa periodístico investigativo y de opinión, está dirigido a una audiencia entre los 18 a 60 años, aunque no se descarta llegar al público infantil con temáticas para todas las edades. La idea es llegar a la mayor cantidad de personas y de diversas ideologías, sectores sociales, condiciones y pensamientos, pero que tengan algo en común: ganas de conocer realidades cercanas o lejanas que tengan algo de particular. Narradas con diferentes tonos y puntos de vista variados. Se trata de estimular la mirada crítico-analítica del televidente para acercarlo a realidades que lo pueden “tocar” de alguna manera.
- *Cubrimiento geográfico.* El proyecto se desarrolla en Bogotá, algunas notas se realizan por fuera de la ciudad. Canal Capital es un canal regional con sede en Bogotá, contando con un capital público que lo sustenta, pero su señal llega tanto a nivel nacional como internacional, por señales de cable e internet.

9.3 Ficha técnica

- DIRECCIÓN: Fernando Chacón
- ASISTENTE DE DIRECCION: Nathaly Hurtado Torres
- PRODUCTOR: Gonzalo Jiménez
- LIBRETOS: Fernando Chacón (libretos de presentaciones)
- EDICIÖN: Angélica Bortfeld, Mónica Bustamante
- INVESTIGACIÖN: Adriana Gómez, Alejandro Mora, Felipe Rocha, Nathaly Hurtado Torres

- REALIZADORES-PERIODISTAS: Oscar Bustos, Fernando Chacón, Leonardo López, Diego Rojas.
- PRESENTADORA: Beatriz Helena Álvarez
- CAMAROGRAFO: Carlos Wilches
- ASISTENTE DE CÁMARA: Mauricio Jiménez

Actualmente el equipo que hace posible el programa se encarga de llevar capítulos o programas enteros a concursos, festivales y muestras que le dan un bagaje y recorrido diferente al de la emisión televisiva.

9.4 *Servicios Técnicos.* Las cámaras, luces, micrófonos, vehículos y demás elementos o servicios requeridos para la plena pre, pro y post producción del programa, son contratados directamente por Canal Capital.

Todo uso de elementos o prestación de servicios será coordinado directamente con el/la encarga en canal capital.

- *Realización.* Gonzalo Jiménez, productor general del programa junto al director Fernando Chacón se encargan de toda la planeación y ejecución del proyecto.
- *Investigación y Fuentes.* De acuerdo con las temáticas abordadas en el programa, se tendrán en cuenta las fuentes idóneas.

Lo que es claro es que para la investigación mínimo deben ser abordadas tres fuentes. Si es una historia de vida con al cual se va a desarrollar una temática, se debe tener a la fuente principal que servirá como hilo conductor, una fuente cercana que apoye o que genere conflicto,

y finalmente, una fuente científica o una fuente oficial que pertenezca a una institución con aval en la temática tratada.

De ahí en adelante según el criterio del periodista serán tomadas en cuenta otras fuentes que apoyen al investigación, así como documentos, libros y otro tipo de investigación que le den contexto al tema general.

- *Idea Central o “Story Line” DC Cuenta, Documental y crónica*, pretende generar opinión y reflexión en los televidentes, a partir de las historias, investigaciones o personajes que allí se muestren.
- *Desarrollo de la idea*. Generar opinión no es fácil, hacer periodismo investigativo tampoco, la televisión colombiana cuenta con pocos programas de éste tipo.

Con *DC Cuenta*, se pretende hacer un programa serio, con investigación rigurosa y temática incluyente, que sea de interés general y si no lo son, se quiere generar una inquietud a través temas que no son comunes para el ancho del público. Todo esto con historias frescas y temáticas abordadas desde diferentes puntos de vista.

- *Estructura*. Cada capítulo de *DC Cuenta* es temático, contando en la mayoría de las veces, con tres historias emitidas desde miradas diferentes. La estructura no es rígida, de tal manera que se hacen especiales de media hora, sin corte a comerciales en el cual se le da mayor cabida al termino documental. Además, se ha llegado a realizar series de dos capítulos sobre temas específicos.

DC cuenta, inicia con una presentación general del tema y con las historias que se mostrarán en el capítulo. Con la presentación se le da paso a la primera historia, que

puede ser desarrollada a través de una crónica, un micro-documental o un reportaje. Luego se regresa a la presentadora que hace una breve conclusión de la historia, se da paso a comerciales.

Después del regreso de comerciales, la presentadora da paso a la siguiente historia y se hace lo mismo del primer bloque. Luego de la segunda pauta comercial se presenta la segunda historia y al finalizar la presentadora hace una breve conclusión de las historias, despide y da un abre bocas del siguiente capítulo.

9.5 Recursos técnicos.

- *Cámaras.* En la mayoría de las historias se utiliza una sola cámara (betacam) en algunos programas se trabaja a doble cámara con el apoyo de una cámara más pequeña (mini dv). Cuando se hace videografía se opera necesariamente con dos cámaras.
- *Soportes e implementos de Cámara.* Se utiliza trípode cuando es necesario. Equipo de Luces, se maneja la iluminación básica con tres luces, en ocasiones se cambia el tipo de iluminación según el criterio del realizador, pero usando la misma cantidad de luces.
- *Uso de estudio para algunos programas.* Se utilizan para hacer puesta en escena o algunos clips que necesiten especial iluminación.
- *Sonido.* La captura de sonido se hace en la mayoría de las veces con micrófono de solapa, ya sea alámbrico o inalámbrico.

- *Posproducción.* Se hace en un equipo Mac, se edita en el programa Final Cut pro. Versión 7.0. Hay dos turnos de edición.
- *Graficaciones especiales.* Animación de mapas, títulos o fotos. Material de archivo propio o del canal. Además de material suministrado por las propias fuentes.

9.6 *Lenguaje visual, sonoro, literario y montaje.* El movimiento de cámaras es sobrio, de punto a punto mostrando el contexto o una idea. Son *paneos de derecha a izquierda o viceversa, tilt up o tilt down.* Esto para las imágenes de apoyos o secuencia documental. Aunque en la realización de videografías se busca otro ritmo y concepto como el uso de cámara *handy*, con lo que se busca ensuciar la imagen, se respeta este tipo de conceptos.

En cuanto a entrevistas, si son en movimiento, la cámara debe darle prioridad al entrevistado, seguirlo y acatar las indicaciones del realizador en cuanto a los planos.

Cuando las entrevistas son en un mismo punto, los movimientos de cámara deben ser muy bien pensados para no entorpecer la información valiosa que el entrevistado nos da. Movimientos lentos que comiencen con el personaje fuera de plano y luego del movimiento entre y quede en plano.

El foco es importante en los encuadres. En una entrevista para *DC Cuenta*, el foco debe estar ajustado en el entrevistado que es nuestro punto de interés, el resto debe estar desenfocado, jugando con la *profundidad de campo*. En el caso en que se quiera reservar la identidad del personaje por motivos de seguridad personal, se utiliza un desenfoco total del rostro.

En *DC Cuenta*, predominan los planos medios y primeros planos (planos detalle) con el fin de lograr acercamiento con el televidente. El rostro, movimiento de manos y detalles que puedan ser útiles para describir a la persona.

Los planos abiertos se utilizan para dar contextualización de espacio y tiempo, cuando queremos mostrar al personaje interactuando con otras personas es ideal el uso del *plano americano*.

En la entrevista que se realice en un mismo punto, se utiliza el *plano medio, medio corto y el primer plano* al rostro, cuando sea necesario se harán *primerísimos primeros planos* que nos da más cercanía y muestra detalles importantes para la emotividad de la historia.

El juego con los diferentes planos en la entrevista depende del personajes y de la historia, esto varía de acuerdo con la intencionalidad con la cual se realice. Es importante no abusar de los *primerísimos primeros planos*, buscar el equilibrio es lo que se busca en *DC Cuenta*, la verdad no debe afectarse con el lenguaje visual.

La graficación contará con piezas, dibujos que expliquen datos relevantes, que le den ritmos, pero siempre pensando en que la audiencia entienda mejor y pueda digerir la información. Al igual que los planos, no se debe abusar del uso de gráficos, las medidas serán las necesarias.

Los elemento gráficos del programa son específicos, se utilizan en el cabezote y en los banners de créditos. Son predeterminados y han tenido una evolución hasta llegar al punto actual. No se cierra a la posibilidad del cambio con el paso de temporadas.

El lenguaje sonoro en *DC Cuenta* es de gran importancia. Desde el momento de grabación se debe pensar en la posproducción. Para *DC Cuenta* el sonido ambiente es vital, nunca se debe

descuidar, puesto que cuenta la historia e informa del contexto. La captura del audio debe ser cuidada en todo momento.

En cuanto a la musicalización, se debe transmitir una idea, nunca se debe usar por capricho. Pero si bien es cierto que cada *track* o efecto de sonido utilizado debe tener una intención también debe ser pensado en términos de agilidad y ritmo deseado en la historia. Jugar con el sonido real y el sonido de postproducción es una buena manera de contar las historias en *Documental y Crónica*.

Redundar, en ocasiones, es válido para generar recordación, pero no se debe abusar de este uso. Se deben tener en cuenta las diferencias entre el lenguaje audiovisual y el lenguaje sonoro. Las voces en *off* no deben repetir lo que se expresa en los *fulles* y menos reiterar de manera indefinida información que se muestra de manera visual.

El lenguaje literario, es uno de los elementos más importantes y de mayor cuidado en el desarrollo de las piezas periodísticas en *DC Cuenta*. Cada periodista tiene la libertad de contar las historias de la manera que prefiera, pero nunca expresando su punto de vista personal. Mientras más fluido y rico sea el lenguaje utilizado, le dará mayor calidad a la narrativa de las historias. Cuando se tiene un amplio léxico se debe tener cuidado, en no confundir al público y ser lo más claro posible. Se debe aprovechar la riqueza pero también con la cotidianidad, la idea es comunicar no confundir. El uso de figuras literarias no debe hacerse excesiva, con el fin de no quitarle realismo y veracidad a las historias. El periodista debe trabajar con el fin de no agredir a la realidad, ni a los personajes o al público.

El lenguaje visual, sonoro y literario, serán pensados antes del proceso de grabación, para tener claridad en el momento del montaje y edición.

Ningún realizador saldrá a rodar notas sin tener claridad de la historia o por lo menos un acercamiento previo que ayude a tener conocimiento de la situación. Si bien es cierto que se conoce la historia al acercarse más, no es profesional salir sin tener una idea de lo que se quiere mostrar.

- *Atmosfera y tono.* Aunque *DC Cuenta*, es un programa periodístico serio, la emotividad es un elemento importante en el tono de cada una de las notas. Sin llegar a ser dramáticos, burlones o irrespetuosos con la temática o los protagonistas de las historias.

Según el tema y decisión del realizador, cada nota, tendrá un tono que alternará los matices cómico, serio, alegre y vital. Cuando por decisión del director y avalado por el consejo de redacción se haga un programa o especial de opinión, se podrá utilizar el tono irónico, sarcástico y crítico. De otra manera, se dejarán estos usos para los personajes centrales de las historias y el periodista no deberá interferir en la realidad y forma en que ésta se exprese.

DC Cuenta no es un programa amarillista, ni sensacionalista. Su interés está en mostrar hechos reales, los periodistas no le darán tonos que vayan en contra de los principios del programa.

- *Personajes, conductores o protagonistas.* La primera imagen que representa *DC Cuenta*, es la presentadora Beatriz Helena Álvarez, reconocida presentadora de la pantalla nacional, quien muestra un carácter serio, creíble, es atractiva y se expresa con gran seguridad.

Los periodistas que ponen las *voces off* en cada una de las historias del programa tiene un tono agradable, buena dicción y, sobretodo, sus voces expresan credibilidad. En ocasiones los periodistas quienes son los mismos realizadores, hacen pasos en cámara, allí ellos pueden mostrar

su personalidad real, no posan, no se disfrazan o toman actitudes diferentes a las que ellos poseen. En éste caso prima la personalidad del periodista y no cánones estéticos. Sin embargo, el respeto por el medio y el público exige los mínimos de formalidad en la estética. Pueden tomar actitudes en cámara, sin dejar de ser ellos mismos.

Sin ser una exigencia de la producción, los periodistas han resultado ser telegénicos. No se busca la perfección en los rostros y cuerpos del equipo periodístico, se busca mostrarlos como seres humanos iguales a quienes están frente a la pantalla del televisor, esto permite una mayor cercanía con el público.

9.7 Cronograma de trabajo

<i>Etapa</i>	<i>Tiempo Mínimo</i>	<i>Término de cumplimiento</i>
Investigación y recopilación de información y testimonios	De una a dos semanas.	Máximo de un mes, en una nota de fácil investigación. Hasta tres meses si es un trabajo periodístico de largo aliento y requiere ser meticuloso con el uso y consecución de la información.
Guión general audiovisual	Una semana.	Máximo dos semanas.
Preproducción general	Dos semanas.	Máximo de cuatro mese, según

		el tipo de programa.
Grabación	Una semana.	Dividido en varios tiempos, hasta 3 mese, sin grabación continua.
Edición	Tres días	Una Semana
Entrega		Según los tiempos de pre, pro y postproducción.

9.8 Principios para el uso del lenguaje

El lenguaje que se utilice en *DC Cuenta*, documental y crónica debe ser acorde al grueso de la cultura y cotidianidad colombiana. Sin embargo, somos conscientes de que el lenguaje allí utilizado puede influir en quienes vean el programa, por esta razón estamos en la obligación de hacer buen uso de la lengua española, de acuerdo con las reglas y palabras avalada por la Real Academia de la Lengua Española, es decir el correcto y pertinente tratamiento de las palabras.

En cuanto al uso de modismos, éste es permitido, puesto que enriquece la contextualización cultural de muchas historias, pero no se abusará del mismo, en cambio los protagonistas que los utilicen serán respetados y, asimismo, sus testimonios si son convenientes para la construcción de la nota periodística.

DC cuenta al ser un programa audiovisual, parte del principio de que la imagen habla por sí sola, se evitará entonces el uso excesivo de adjetivaciones, evitando caer en la redundancia audiovisual.

9.9 *Tipografía y graficación*

En aras de una buena legibilidad, una línea de texto no debe tener más de 60 o 70 caracteres con espacios incluidos. Las líneas de textos no deben sobrepasar los 65 caracteres. Si se utilizan textos largos deben escribirse en un mismo tipo de letras, asimismo los signos de puntuación, signos ortográficos. Se podrá hacer uso de las negrillas, cursivas y/o subrayados. El tamaño de la tipografía deberá ser el mismo en las frases, textos completos y créditos. Las palabras que precedan una cifra deben ir en la misma línea para evitar confusiones Ej. Benedicto XIX.

En la graficación se hará uso exclusivo de los elementos gráficos del programa en el cabezote, banners de créditos y otros elementos del programa. En cuanto al uso de graficación para cada nota, es permitido pero no se debe abusar de este, sólo se utilizará a manera de ampliación y explicación de información compleja o para dar mayor dinamismo a la nota.

9.10 *Abreviaturas*

Solo se utilizaran abreviaturas de uso común, para evitar confusiones en los televidentes.

El uso de símbolos se utiliza en el manejo de información numérica, financiera, pesos, medidas. Entre estos símbolos no se utilizará puntos intermedios. Ej. mm (milímetro). Los puntos cardinales abreviados se utilizarán en mayúsculas. Ej. N (para designar el norte)

Las siglas son la abreviatura de una institución o un país, estas se deben escribir en mayúsculas y sin puntos intermedios. Ej. SENA, ICFES, USA etc. En siglas de uso común como sida, se escribirá en minúscula. Cuando se haga uso de las siglas por primera vez en la pieza periodística se explicará la primera vez. Ej. ICFES (Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior)

Acrónimos, serán utilizados de las maneras comunes. Ej. Mercosur (Mercado Común Suramericano)

9.11 *Números*

Las cifras del cero al nueve se escribirán en letras. Los números de dos cifras se escribirán con sus números. Ej. uno, 20.

Con los millones no se escribirán los seis ceros sino la palabra millón. Las unidades de millos se escribirán en letras. Ej. seis millones. Las decenas, centenas y en delante se escribirán en letras. Ej. 100 millones.

Los números telefónicos se juntarán en grupos. Ej. 321-454 52 75

Cuando se habla de horas, se utilizará el horario 12/12. Ej. 12 am, 5 pm.

Cuando se habla del valor o precios en moneda extranjera se deberá mencionar el equivalente en la moneda colombiana.

CONCLUSIONES

La labor periodística debe contar con una gran calidad humana, vocación y mucho trabajo. La rigurosidad en el trabajo periodístico no está regida por un manual de estilo o por normas de la empresa en donde se trabaje, ésta viene de la formación y las calidades de cada profesional o persona que decida dedicarse a este trabajo que puede ser de los más difíciles y criticados pero, al mismo tiempo, de los más gratificantes.

Aunque como dije antes la ética y el trabajo riguroso de cualquier producto o proyecto audiovisual, no se puede contener en un manual de estilo, éste si puede crearse a partir de la ideología, formas y maneras de producir un programa audiovisual específico. El manual de estilo ubica a quienes desean conocer el producto y contextualiza a aquellos que apenas se están vinculando al equipo de trabajo y para quienes hacen parte del proyecto desde su creación y piensan que se las saben todas, les recuerda que en todas las ocasiones la investigación debe ofrecer variedad de fuentes, que se debe luchar por la objetividad, la independencia y dejar a un lado juicios.

Además de las políticas en cuanto al contenido, el manual de estilo contiene el look del programa, su apariencia, porque aunque en la actualidad pareciera que todo está inventado y el

eclecticismo reina en la cotidianidad comunicativa, es cierto que cada pieza por más reencauchada que parezca, está hecha bajo unos parámetros estéticos específicos.

El programa de televisión periodístico de Canal Capital, *DC Cuenta*, tiene un alto nivel investigativo y un look propio que conocen los integrantes del grupo de producción. Sin embargo, es necesario tener un manual de estilo, no sólo para tener claridad en las maneras de producción y la rigurosidad de la misma, sino para dar a conocer tanto al personal existente, como a los que se vinculen a futuro; los lineamientos éticos, conceptuales y estéticos.

En la actualidad, en un mundo globalizado y con acceso a diversos medios, tal vez no haya originalidad en la producción audiovisual, pero si es cierto que no todos los programas por más parecidos que sean, no son iguales y sus principios, por lo menos en su idea original, no son idénticos a otros.

Por esta razón y según un diagnóstico realizado al interior de la producción de *DC Cuenta*, se vio la necesidad de construir un manual de estilo, en el cual haya claridad en la concepción del programa, tanto para quienes integran el grupo de trabajo, como para quienes se lleguen a integrar en el futuro.

Así pues, es evidente la necesidad de un manual de estilo para un programa que cuenta con un experimentado equipo de producción y con practicantes que durante el año se integran al equipo

de trabajo, dicho manual tiene como fin dar claridad y hacer fácil de entender las normas, dinámicas, concepto y la estética del programa.

Finalmente, debo agregar que con el manual creado no se pretende hacer la producción de la misma manera sino tener una herramienta que le recuerde a todos los que participan de la familia de *DC Cuenta*, que aunque hay muchas formas de hacer periodismo investigativo, no todo se vale. Que aunque la originalidad y la creatividad es vital en el curso del programa no se puede pasar por encima de los principios del mismo. Que aunque para muchos existan buenas propuestas en la televisión colombiana y a nivel Latinoamérica *DC Cuenta* es un programa que lucha por la independencia, por la libertad de expresión y se mantiene firme alejándose del amarillismo y sensacionalismo, que son válidos, pero no la única manera de hacer periodismo investigativo de calidad y con un público creciente.

RECOMENDACIONES

Hacer un manual de estilo para cada proyecto periodístico es necesario, no sólo para tener claridad en los lineamientos del programa, sino para mostrar las dinámicas en los tres momentos de producción, la estética tanto en el momento de la grabación como en la posproducción, la ética en el manejo de los temas y la ideología que se evidencia en el tratamiento de las historias.

El manual de estilo en un audiovisual da toda la información necesaria de un programa tanto para los realizadores como para las personas ajenas a este que quieran saber más del proyecto. Además, es importante crearlo cuando se quiere ofrecer el programa a otro medio, teniendo en cuenta que la “originalidad” en la actualidad no es tan evidente y que pueden existir proyectos similares, pero nunca totalmente iguales.

Por último, debo decir que cuanto más se conoce el proyecto, es menor el riesgo de cometer errores en la realización y así, el equipo se dirigirá hacia un mismo rumbo sin que esto signifique que todos piensen y desarrollen el quehacer periodístico y comunicativo de la misma manera.

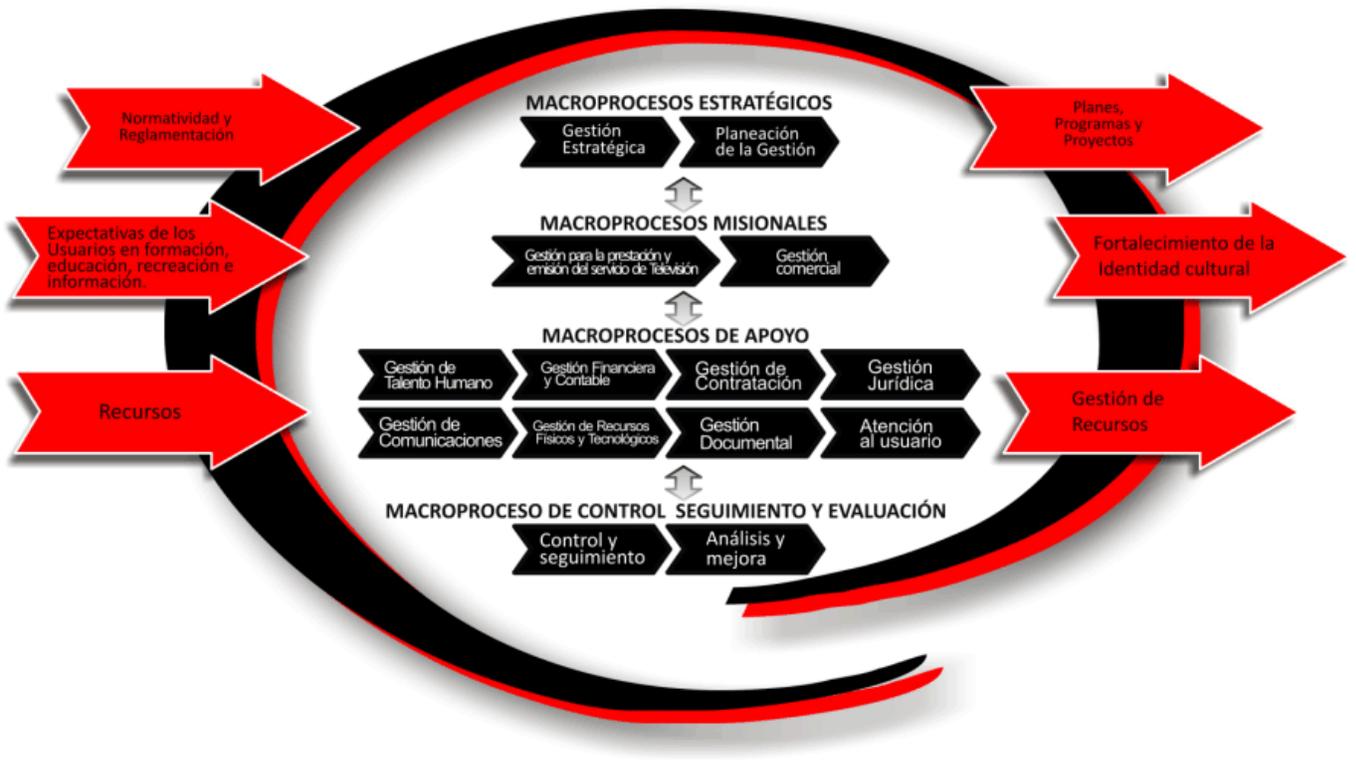
Esta única recomendación va tanto para quienes conforman equipos de realización, como para los canales públicos, que pocas veces, se sientan a crear el manual de estilo de cada uno de sus programas, haciéndolos débiles y tan versátiles que carecen de identidad.

Muchos piensan que los manuales de estilo están hechos solo para piezas escritas, pero no debemos dejar la rigurosidad solo para los medios escritos, las piezas audiovisuales merecen ser creados con rigor y seriedad, ser mostrados de la mejor manera. Hay gran variedad de programas y debe existir el respeto por la audiencia y esto se evidencia si los programas, de cualquier tipo, son pensados bien desde el principio y más si tienen una carga periodística y con investigación de por medio.

Para los empíricos debe ser un aprendizaje y para los profesionales de la comunicación un arma de lucha para darle altura a los productos y no dejar a un lado lo aprendido en la academia, que aunque varía en las lides profesionales nunca deben echarse en saco roto.

ANEXOS

TABLA 1



APÉNDICES

APÉNDICE 1

CRONOGRAMA PARA EL DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO DEL TRABAJO DE PRÁCTICAS EN EL PROGRAMA *DC CUENTA DE CANAL CAPITAL*- 2010

ACTIVIDADES	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
A1	09 Inicio Observación no participante (fase 1 diagnóstico)	01 Seguimiento observación participante (fase 2 diagnostico)	06 Revisión resultados parciales entrevistas (fase 3 diagnostico)	03 Inicio construcción del Manual de Estilo de DC Cuenta	07 de uso del manual de estilo DC Cuenta
A2	15 Seguimiento observación no participante (fase 1 diagnostico)	08 Seguimiento Observación participante (fase 2 diagnostico)	12 Compilación de entrevistas (fase 3 diagnostico)	10 Construcción Manual de estilo DC Cuenta	14 Socialización resultados de manual de estilo.
A3	22 Análisis Observación	15 Análisis de resultado	19 Análisis de resultados	17 Construcción	

	no participante	observación participante (fase 2 diagnostico)	entrevistas (Finalización fase diagnóstica)	Manual de estilo DC Cuenta
A4	22 Inicio de observación participante.	23 Creación Herramienta Entrevista	26 Análisis de resultados entrevistas (Finalización fase diagnóstica)	24 Socialización Manual de Estilo
A5		30 Aplicación entrevista a Grupo de trabajo DC Cuenta (fase 3 diagnostico)		31 Comienzo de uso del manual de estilo DC Cuenta

APENDICE 2 ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA PARA LOS INTEGRANTES DEL GRUPO DE TRABAJO DE *DC CUENTA*

1. **¿Qué es DC Cuenta?**
2. **¿Cuáles son sus funciones dentro del equipo de producción de *DC Cuenta*?**
Descríbalas
3. **Describe como es el flujo de trabajo semanal en *DC Cuenta*.**
4. **¿Quiénes conforman el equipo de trabajo de *DC Cuenta*?**
5. **¿Conoce el manual de estilo de *DC Cuenta*?**
6. **¿Considera necesario un manual de estilo para *DC Cuenta*? ¿Por qué?**

APENDICE 3 TRANSCRIPCIÓN ENTREVISTAS

Nombre: Gonzalo Jiménez. Productor

1. **Describe sus funciones en la producción de *dc cuenta*.**

productor general de DC cuenta y Samuel en la calle

realizador y videógrafo de notas para dc.
2. **Cómo es el desarrollo semanal del proyecto?**
 - Lunes 9:00 am consejo de redacción
 - Grabaciones de notas de lunes a viernes

- Grabación programa del alcalde mayor: jueves o viernes, 5 horas
- Presentaciones de cuenta los jueves de 5:00 pm a 8:00 pm
- Todo lo anterior requiere de investigación, preproducción

Grabación o producción y por supuesto posproducción.

3. Describa el consejo de redacción.

Cada lunes a las 9:00 a.m. nos reunimos todos los integrantes de los dos programas: director, periodistas, productores, practicantes, editores, camarógrafo y asistente.

Analizamos los programas emitidos, tanto Samuel en la calle y Dc cuenta, hacemos las críticas y reconocimientos a que haya lugar, se evalúa en qué van los capítulos a emitir en ésta semana y se proponen temas, se definen notas de los programas según como avanzan las investigaciones y rodaje

De las notas.

Se programa la edición de la semana y las grabaciones.

4. Conoce el manual de estilo del programa?

Nuestros programas están definidos en dos estilos:

Institucional: *Samuel en la calle*

Investigativo, documental y crónica: *DC cuenta* cuando nuestros futuros periodistas tienen su primera entrevista para desarrollar sus prácticas, una de las características de este diálogo es ver su formación y afinidad con estos dos estilos. Al comienzo de sus prácticas se les muestra

material emitido de ambos programas, se les enfoca sobre nuestra forma de transmitir el estilo y el desarrollo de las notas y en general el periodismo que venimos haciendo.

5. Cree que es necesario el manual de estilo para el programa?

Es importante tener un historial de los programas, bien documentados para contar quiénes somos y para dónde vamos.

6. Cuando llegan personas nuevas al equipo de trabajo (practicantes o personal nuevo),

Cómo le explican los roles y funcionamiento del programa?

1. Para ser elegido practicante de nuestro equipo se requiere afinidad con los programas a desarrollar.
2. Se les informan los horarios de que deben disponer, las actividades y roles que van a desempeñar.
3. La primera tarea es ver programas ya emitidos, notas que se destacan y hacer análisis y comentarios.
4. Hacer un empalme entre los practicantes que terminan y los que comienzan.
5. Desarrollamos talleres de intercambio de conocimientos.
6. Y por último, manos a la obra: la práctica hace al maestro.

Nombre: Oscar Emilio Bustos

Cargo en Samuel en la calle y en DC cuenta: Periodista en *Samuel en la calle*. Jefe de redacción en *D.c. cuenta*

1. Describa sus funciones en la producción de dc cuenta.

Participo en los consejos de redacción, propongo historias, ayudo a enriquecer las propuestas de los otros periodistas, grabo, propongo la narrativa de mis historias a la hora de la edición, corrijo la ortografía de textos y créditos. Animo a los demás con un discurso de lo posible y lo utópico, siempre soñando con hacer un periodismo profesional que se merecen los colombianos.

2. Cómo es el desarrollo semanal del proyecto?

Hay un consejo de redacción semanal, al que asisten el director, el jefe de redacción, el productor, los periodistas y los practicantes, en el que se proponen y programan las grabaciones de las historias nuevas y se discute la calidad de las que ya han sido producidas. Se está tratando de que asistan los editores, camarógrafos y asistentes de sonido. Durante los días siguientes se graban las entrevistas y apoyos audiovisuales de las historias programadas, se visualiza el material, hacemos los libretos y editamos las historias.

3. Describa el consejo de redacción.

Generalmente, el consejo comienza a las 9:00 a.m. Los lunes, en una oficina del canal capital (antes, al principio del proyecto, los hacíamos en una cafetería del sector). Es un consejo doble: la primera parte para decidir y asignar las notas del programa samuel en la calle; la segunda, para dc cuenta. Lo coordina el director, se nombra un relator, se hace el cronograma de asignaciones,

grabaciones y ediciones de las historias durante la semana. Se fija la duración de las notas, se recomiendan fuentes y se proponen estructuras narrativas. La invitación más destacable es a ser creativos, a sorprendernos siempre con la realidad y a sorprender a los televidentes, pero también a ser éticos con el tratamiento de las historias. A evadir lo obvio, lo simple, lo perezoso. El consejo dura a veces una hora, a veces hora y media. De allí salimos motivados a hacer el mejor periodismo del mundo con los recursos que tenemos.

4. Conoce el manual de estilo del programa? ¿cuál? Que yo sepa, no hay un manual de estilo de dc cuenta. Hay recomendaciones orales por parte de los periodistas más experimentados, y hemos hecho boletines y comunicados de prensa en los que explicamos los propósitos y expectativas del programa.

5. Cree que es necesario el manual de estilo para el programa?

Claro que es necesario, para ir poniendo en claro lo que exploramos y hacemos en el programa, su carácter distinto y único en la televisión. También para contar la historia de lo que se ha avanzado y las conquistas éticas y estéticas de lo hecho hasta ahora.

6. Cuando llegan personas nuevas al equipo de trabajo (practicantes o personal nuevo), cómo le explican los roles y funcionamiento del programa? Les contamos oralmente, les mostramos notas editadas, les resumimos el proceso, los invitamos a las grabaciones de las historias y de las presentaciones del programa, esperando que se integren más temprano que tarde. Muchas veces los practicantes realizan sus propias historias, opción que no tendrían en ningún otro canal. Integrarlos ha sido un proceso difícil, llegan muy bisoños, pero asisten a los consejos de redacción y algunos terminan comprometiéndose con el programa, potenciando sus propias

capacidades y entregando lo mejor de sí. Otros, desperdician miserablemente la oportunidad, lo que es una lástima.

7. Qué es Dc cuenta?

Es un programa de documentales, reportajes, videografías y crónicas, muy pulido, con historias bien investigadas y narradas con claridad y creatividad. Nos interesan todas las historias, pero nos esmeramos en narrarlas del mejor modo, respetando los contextos, los personajes, los ritmos, los sonidos naturales y las músicas.

Surgió de un sueño compartido entre amigos (Fernando Chacón, Gonzalo Jiménez, Leonardo López, Diego rojas, Oscar Bustos), desilusionados con los programas de crónicas que se mantienen en la televisión colombiana, pero esperanzados en hacer algo mejor.

En diez meses de vida hemos trabajado historias insólitas (el prolífico, padre de 15 hijos y esposo de dos mujeres), de denuncia (panfletos amenazantes, falsos positivos), deportivas (media maratón de bogotá) y coyunturales (feria del libro, festival de teatro, rock al parque, cierre de la revista cambio).

Hemos explorado también con el humor y la ironía (emos, dmg) y hasta con la crónica roja. Otras, atemporales, pero con un sentido de servicio social (trasplantes, eutanasia).

Creo que vamos por buen camino, aunque falta pulirnos mucho más en lo ético y en lo estético, y en el trabajo en equipo. A pesar de que dc cuenta es un programa del canal capital, ningún funcionario del distrito se ha metido con nuestras historias, ni ha tratado de imponernos sus intereses, lo cual es una gran ganancia. Luchamos porque sea un programa independiente, comprometido con la audiencia (que son los bogotanos y los colombianos, independientemente

del lugar desde el que nos miren, pues el programa sale por un canal internacional). A pesar de llevar apenas 10 meses al aire, y de haber tenido varios horarios, creo que ya vamos conquistando una audiencia y nos han dado una nominación al último premio de periodismo cpb (con la historia desaparecido en sumapaz, que es una denuncia que involucra a los militares).

Falta que el Canal Capital ofrezca un mejor respaldo a dc cuenta, aunque este año nos asignaron una cámara, que ya es mucho decir.

Como te digo, falta mucho por hacer, pero avanzaríamos mucho si alguien hace un manual de estilo de D.c. cuenta. Ojalá seas tú. Óscar bustos

Nombre: Fernando Chacón Díaz

Cargo DC Cuenta: Director

1. Describa sus funciones en la producción de dc cuenta.

Dirección y coordinación periodística del programa.

2. Cómo es el desarrollo semanal del proyecto?

Consejos de redacción que plantean temáticas y notas los lunes

Desarrollo de las mismas en pre producción

Realización o rodaje de las piezas periodísticas

Confirmación de notas según lo planteado, o viraje en la realización de las mismas de acuerdo con contingencias de diverso tipo.

Realización de libretos de presentación

Rodaje de presentaciones los días viernes

Postproducción de piezas periodísticas

Ajustes finales de las notas y montaje final del programa los días lunes en la mañana

Grabación en master final (betacam) y entrega para emisión

3. Describa el consejo de redacción.

Reunión semanal o periódica que determina mediante "lluvia de ideas" o aportes significativos, las temáticas a tratar durante un nuevo capítulo de *Dc cuenta*. Pueden ser programas especiales "sólidos" de media hora o tres crónicas y/o reportajes sobre una temática definida. Las perspectivas, los modos de abordar las notas planteadas, el enfoque y la dinámica de las tres en torno de un mismo capítulo hacen consistente el discurso periodístico-televisivo. Al final, se asumen funciones o responsabilidades propias de cada periodista o productor y se establecen compromisos.

4. Conoce el manual de estilo del programa?

Dc cuenta es una iniciativa televisiva que surge del aporte de todos los participantes en la misma, personas que se conocen de antemano y que gracias a sus propias potencialidades han establecido sus propios criterios del "quehacer periodístico" en ese sentido no se "impone" un manual de acción, más bien se tiene claridad sobre los puntos en común que nos impone el programa: manejo

acronizado de la televisión, rigor periodístico en la responsabilidad social del medio, una cierta coherencia en cuanto a la calidad audiovisual (no queremos ser noticiero, nos gusta el manejo rítmico de la narración, propendemos por ser audiovisuales y no sólo verbales) Y últimamente una necesidad sentida de contar historias universales, así sea desde lo local.

5. Cree que es necesario el manual de estilo para el programa?

En cierta ocasión se trató de hacer, en cuanto al manejo de imagen del mismo, ya que en la parte periodística soy muy respetuoso de la experiencia y calidad de las personas que allí laboran. En cuanto a la imagen, sabemos que Dc cuenta privilegia los primeros planos, gusta de encuadrar a sus personajes en sus contextos, permite cierta manejo fotográfico de la imagen, aborda las notas respetando sonidos ambientes, utilizando siempre varios temas musicales, busca atender otras perspectivas o voces que refuercen o permitan la sana discusión de las temáticas, y da cabida a que los practicantes - que se distinguen por sus dotes periodísticas- se sumen a las notas del programa.

6. Cuando llegan personas nuevas al equipo de trabajo (practicantes o personal nuevo), cómo le explican los roles y funcionamiento del programa?

Haciendo énfasis en las necesidades del mismo. Sólo mediante la praxis y el continuo proceso de necesidades es que estas requieren ser suplidas . Últimamente, sin embargo, se han hecho duplas de trabajo (esto es periodista- productor o practicante), lo que ha posibilitado tener más claridad sobre las necesidades puntuales que plantea cada nota o ejercicio de producción. Básicamente se trata de labores de pre producción (investigación) y de rodaje de dichs piezas.

7. Qué es Dc cuenta?

Es un periodístico investigativo, que privilegia la crónica y el reportaje en televisión, que busca descubrir historias locales , tratadas o manejadas con un lenguaje universal, respetando siempre el código audiovisual...es un espacio que busca aportarle al periodismo desde la mirada de una ciudad que ofrece toda clase de historias y lugares por descubrir.

GLOSARIO

Autopromos: Así se le llama al departamento del canal en donde se realizan las promociones de las producciones que se realizan y se emiten en el canal.

Encuadre: Es el espacio “cuadrado” o “rectangular” en donde va a ir la imagen.

Foco: El foco le da definición de los objetos que aparecen en pantalla. Cuando cualquier objeto que aparece en pantalla se ve más nítido está más en foco, sin importar la ubicación en que se encuentre.

Fulles: Son los fragmentos de las entrevistas que se utilizan para dar información en las notas periodísticas. Cuando el entrevistado sale en pantalla y habla.

Paneos: se les llama a los movimientos que se hacen con la cámara sobre su propio eje.

Pietaje: es la transcripción de las entrevistas, para elegir los mejores fragmentos, con información de mayor relevancia para la temática. Además de transcribir, se toman los tiempos de duración de cada fragmento para que al momento de subir el material al equipo de edición, sólo se suban los fragmentos necesarios.

Planos: Es la forma en que se va a mostrar la imagen. Existen varios tipos de planos que tienen diferente significación semiótica. La tipología en los planos se divide por el tamaño, el ángulo visual o la altura.

Profundidad de campo: Es la percepción de lejanía que tiene el fondo de la imagen. Mientras más borroso (fuera de foco) se vea el fondo mayor profundidad se va a percibir. La atención en una imagen se centra en el el objeto que mayo definición tiene (en foco)

Promos: son las promociones de los diferentes programas de televisión.

Tilt down: Se le llama a un tipo de movimiento de cámara (paneo de arriba hacia abajo). Va de un punto determinado a otro.

Tilt up: se le llama a un tipo de movimiento de paneo de abajo hacia arriba. Va de un punto determinado a otro.

Videografía: se puede catalogar como un nuevo género para narrar o contar una historia de forma audiovisual. La videografía se caracteriza porque el realizador se involucra y toma protagonismo en la historia. Además de hacer cámara en la historia dándole un ritmo y una forma más dinámica a la manera de contar la historia.

Voz en off: Se refiere a cuando hay una voz fuera de cámara, es decir cuando se utiliza la voz de un narrador o cuando el periodista da información, haciendo uso de voz sin aparecer en pantalla.

En el momento en que la voz en off aparece, en pantalla hay imágenes de apoyo que como su nombre lo dice apoyan o referencian lo que se está diciendo. La voz en off también la puede hacer un protagonista de la historia, si no aparece dando la declaración o hablando en full pantalla se le llama voz en off.

REFERENCIAS

- Lengua, comunicación y libros de estilo, 2009. Disponible en www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Lengua,%20Comunicación%20y%20Libros%20de%20estilo.pdf, consultado en Febrero 25 de 2010.
- La construcción mediática de género en los libros de estilo, 2000. Disponible en www.pilarlopezdiez.eu/pdf/ConstruMediaGenero.pdf, consultado en Abril 25 de 2010.
- La televisión es personal, 2006. Disponible en www.zemos98.org/festivales/zemos988/pack/latvespersonal_latelevisionnolofilma.pdf, consultado en Mayo 20 de 2010.