

**LA IMPORTANCIA DEL SISTEMA DE DENUNCIAS DEL PROGRAMA
PERIODÍSTICO CITY NOTICIAS EN LA FRANJA INFORMATIVA DEL
CANAL CITYTV EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2011**

JUAN PABLO VELÁSQUEZ OROZCO

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO

**PRÁCTICAS ACADÉMICAS
BOGOTÁ, DICIEMBRE DE 2011**

**LA IMPORTANCIA DEL SISTEMA DE DENUNCIAS DEL PROGRAMA
PERIODÍSTICO CITY NOTICIAS EN LA FRANJA INFORMATIVA DEL
CANAL CITYTV EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2011**

**JUAN PABLO VELÁSQUEZ OROZCO
INFORME FINAL PLAN DE PRÁCTICAS**

**TUTOR
DIEGO RENDÓN GARCÍA
COMUNICADOR SOCIAL - PERIODISTA**

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

**PRÁCTICAS ACADÉMICAS
BOGOTÁ, DICIEMBRE DE 2011**

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. LA IMPORTANCIA DEL SISTEMA DE DENUNCIAS DEL PROGRAMA PERIODÍSTICO CITY NOTICIAS EN LA FRANJA INFORMATIVA DEL CANAL CITYTV EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2011	9
1.1. INTRODUCCIÓN	9
2. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	10
2.1. PRINCIPIOS DE CITYTV	13
2.2. SISTEMA INFORMATIVO.....	17
3. PAPEL DEL COMUNICADOR.....	29
4. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN	31
5. EJE DE INTERVENCIÓN	34
5.1. ACCIONES DEL PRACTICANTE EN EL SISTEMA INFORMATIVO..	39
6. JUSTIFICACIÓN DEL EJE DE INTERVENCIÓN	42
7. OBJETIVOS.....	47
7.1. OBJETIVO GENERAL	47
7.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	47
8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	48
8.1. CUADRO DE ACTIVIDADES POR OBJETIVOS	50
9. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	52

CONCLUSIONES.....	57
RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS.....	59
APÉNDICES.....	60

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Figura 1: Logo Citytv	10
Figura 2. Página Web.....	11
Figura 3. Programación	12
Figura 4. Programación	12
Figura 8. Still ‘Campaña Reportero Ciudadano’	25
Figura 9. Still Campaña ‘Por una Bogotá limpia’	26
Figura 10. Still Campaña ‘Denuncie el maltrato animal’	27
Figura 11. Still Campaña ‘Que no le pase a usted’	28
Figura 12. Formato actual INEWS.....	35
Tabla 1. Formato Nuevo INEWS	36
Tabla 2. Cronograma de actividades.....	49
Tabla 3. Cuadro de actividades por objetivos.....	51
Tabla 4.Resultados Noviembre	52
Tabla 5. Resultados Diciembre	52
Figura 13. Denuncia en correo electrónico LD_CitytvNoticias	54
Figura 14. Denuncia en correo electrónico LD_CitytvNoticias	54
Figura 15. Denuncia en correo electrónico LD_CitytvNoticias	55
Figura 16. Denuncia en correo electrónico LD_CitytvNoticias	55
Foto 1. Denuncia: Inundación en el Barrio Santafé	56

Foto 2- 3- 4. Denuncia: Inundación en el Barrio Santafé.....	56
--	----

LISTA DE APÉNDICES

	Pág.
Entrevista a William Calderón	60
Entrevista William Suárez.....	63
Entrevista a Nicolás Hernández	65
Entrevista a Andrés Zambrano.....	66

SÍNTESIS EN ESPAÑOL E INGLÉS

SÍNTESIS

Por medio del proyecto se pretende potenciar las herramientas existentes en el sistema de denuncias de Citynoticias para darle un óptimo uso, además de identificar cuál es la importancia para el canal.

ABSTRACT

The goal of this project is potentiate the reporting system's tools of citynoticias to give a optimum use, and identify what is the importance for the channel.

1. LA IMPORTANCIA DEL SISTEMA DE DENUNCIAS DEL PROGRAMA PERIODÍSTICO CITY NOTICIAS EN LA FRANJA INFORMATIVA DEL CANAL CITYTV EN EL SEGUNDO SEMESTRE DEL AÑO 2011

1.1.INTRODUCCIÓN

En ésta década, la ciudadanía ha tomado la decisión de formar parte activa de los medios de comunicación, en especial de los noticieros, para darles a conocer de una fuente más directa, que todo lo que sucede en la sociedad o los afecta o los beneficia. De esta forma se convierten en un periodista más, el cual informa de manera inmediata cada que sus derechos son vulnerados. Al notar esto, los noticieros se han dado a la necesidad de crear espacios de atención al ciudadano, para responder a cada uno de estos llamados, creando así campañas para recibir y trabajar las denuncias.

Ante este acontecimiento se permite mirar la importancia del sistema de denuncias de la franja informativa de Citynoticias, la cual ofrece a la ciudadanía diferentes herramientas para que denuncien alguna anomalía con los entes de control de la capital.

La propuesta consiste en identificar la importancia del sistema de denuncias y realizar un diagnóstico para potencializar los aciertos y descubrir sus falencias para posteriormente ser corregidas. Con esto se busca aumentando la confianza y credibilidad de las campañas creadas por Citynoticias y realzar la efectividad por parte de los periodistas en la pronta y positiva respuesta.

2. PRESENTACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN



Figura 1: Logo Citytv

City tv Bogotá es una estación de televisión local en la capital de Colombia. Pertenece a la Casa Editorial El Tiempo (CEET), propietaria también del diario del mismo nombre y el canal aliado ET. La CEET licenció la marca canadiense City tv, así como el logo. Inició transmisiones el 19 de marzo de 1999 y hasta el momento se mantiene al aire, acreditando al canal como uno de los más vistos a nivel local y nacional. City tv posee dos sedes, la primera ubicada en la Avenida calle 26 #68B- 70, sede principal del periódico, donde sólo se encuentra la locación del noticiero Citynoticias y otra en la carrera séptima con Avenida Jiménez, donde se producen los magazines.

Es una empresa que pertenece al sector de servicios y está dedicada a producir contenido para televisión, como magazines, noticieros y programas especiales. Cuenta con un área técnica, organizacional y de redacción.



Figura 3. Programación



Figura 4. Programación

2.1. PRINCIPIOS DE CITYTV

1. CITYTV es un canal privado, independiente y de carácter local en el Distrito Capital con orientación comunitaria y vocación de servicios cívico. La misión de sus servicios noticiosos consiste en informar a los bogotanos, todos los días, principalmente sobre lo que acontece en la ciudad, de manera oportuna, objetiva, imparcial y veraz. También tiene la obligación de orientar a la opinión pública, dentro del marco previsto en la Constitución y las Leyes. Sus franjas de programación están inspiradas por propósitos recreativos, de entretenimiento, de orientación y de servicio, en busca de convertir a CITYTV en un instrumento cotidiano de mejoramiento de la calidad de vida en Bogotá.
2. CITYTV desarrolla su misión en ejercicio de la libertad de prensa, cuya vigencia inalterable es exigida y defendida por la Casa Editorial El Tiempo, dentro del marco institucional democrático y en acatamiento a las autoridades debidamente constituidas.
3. CITYTV en consonancia con las directrices propias de Casa Editorial El Tiempo rechaza enfáticamente cualquier clase de censura a las libertades de imprenta, información, opinión y expresión, ya sean abiertas o encubiertas, directas o indirectamente.
4. CITYTV propugna por el respeto a la vida privada de los ciudadanos, a las instituciones que conforman la sociedad colombiana, a la ética, pública, a las buenas costumbres, a la moral social y a la integridad del territorio nacional. En tal virtud, no admitirá insultos deliberados a los particulares, a la jerarquía religiosa, ni a las autoridades constitucionales, sin perjuicios de la crítica, el humor, la ironía, o la revelación de hechos punibles o censurables, en cualquier circunstancia en que se produzcan.

5. CITYTV favorece todos los esfuerzos que se realicen en pro de la paz nacional e internacional y rechaza cualquier movimiento que invoque o ejecute la violencia a las vías de hecho para la consecución de sus fines. Desde luego, repudia todo acto terrorista.
6. CITYTV defiende el derecho a la vida como derecho sagrado y no aceptará ni se dejará imponer, ninguna condición de delincuentes que pretendan utilizar sus espacios o presionar a sus empleados como medio de chantaje para llevar adelante sus acciones criminales. Para CITYTV los derechos de los niños son preferentes y en consecuencia su vigencia y promociones tienen prioridad en el canal.
7. CITYTV, por su carácter independiente, rechaza cualquier presión, de cualquier procedencia, para variar el sentido objetivo e imparcial de una información. Considera que defiende el interés de la comunidad cuando se niega a dejarse manipular y pone a salvo su independencia por encima de cualquier consideración.
8. CITYTV es una instancia formadora de opinión en Bogotá, por medio de las informaciones y los hechos comprobados que divulga, y es también un medio de comunicación formado por la opinión pública que lo influye y lo presiona a través del plebiscito diario que constituye la audiencia de sus programas. CITYTV dispondrá de manera permanente de instrumentos y procedimientos
9. Los programas de CITYTV se producirán de cara a la gente y, dentro de las posibilidades técnicas y logísticas, el proceso de producción de televisión será explícito y abierto.
10. CITYTV dispondrá de los elementos necesarios para que un defensor del televidente cumpla cabalmente con las funciones propias de tal condición.

11. CITYTV, en consonancia con las políticas de CASA EDITORIAL EL TIEMPO, entiende que la independencia económica y financiera es condición esencial de su independencia editorial y política.
12. CITYTV, siguiendo la misma línea de CASA EDITORIAL EL TIEMPO es independiente de cualquier directiva política y de todo grupo partidista.
13. CITYTV no servirá de incubadora para candidatos de ninguna naturaleza, ni estará al servicio de intereses personalistas o ajenos al bien de la comunidad. Dentro de las directrices de CASA EDITORIAL EL TIEMPO lo anterior no excluye el ejercicio de la libertad que tiene los medios de comunicación de acoger y apoyar, editorialmente, a uno o varios candidatos cuando lo considere conveniente para el bien común.
14. CITYTV es enemigo de todo extremismo de derecha o izquierda y de todo régimen totalitario, sin importar su índole y su tendencia. Declara que su ideología esta sintetizada en la Carta de los Derechos Humanos.
15. Los televidentes tienen prioridad sobre cualquier otro interés, incluido el de los anunciantes. CITYTV reconoce que la publicidad es parte del conjunto de información que el canal brinda a sus televidentes, lo cual quiere decir que el material publicitario debe recibir tratamiento análogo al noticioso, especialmente en lo referente a la verdad. Pero como se trata de un material pagado por una tercera parte interesada, deberá aparecer de tal manera que el televidente no lo confunda con el noticioso o recreativo. Los departamentos de noticias y opinión son autónomos frente a los asuntos gerenciales de mercadeo y comerciales y no tienen entre sí ninguna relación de subordinación. Las directivas se reservan la facultad de rechazar la pauta con el texto, las imágenes o la ilustración de los anuncios se aparten de las normas de moral pública, del bien común o de la seguridad del Estado, o cuando la idoneidad y solvencia moral del anunciante no sean satisfactorias.

16. CITYTV procederá, con diligencia, a corregir los errores que haya podido cometer y lo hará de manera clara, abierta e inequívoca.

2.2. SISTEMA INFORMATIVO

El Sistema Informativo de City Tv está compuesto por las emisiones principales de Noticias, las cuales son: Arriba Bogotá, Noticiero de medio día, City Noticias 8 p.m. y City Noticias de fin de semana y 7 avances informativos, con los que se pretende mantener al televidente informado y actualizado en hechos o acontecimientos de importancia que sucedan en la capital durante todo el día.

Cada una de estas emisiones tiene encargado personal de técnica (camarógrafos, luminotécnicos, sonidistas), personal de producción (productor, asistente de producción, coordinador de salas, editores, archivo, practicantes) y personal de redacción (editor multimedia, jefe de redacción, jefe de emisión, periodistas), todos ellos con funciones específicas a desarrollar dentro de la pre-producción, producción y post-producción del noticiero.

Dentro de la pre-producción cada uno de los equipos de trabajo debe responder por lo siguiente: grabar, redactar y pietar las notas, grabar directazos, grabar presentaciones de titulares, editar notas, redactar, grabar y editar los avances informativos, recibir microondas, logística de carros y periodistas, coordinar salas para editar y armar continuidad de noticiero.

En la producción: editar notas de tercer y segundo bloque, imprimir libretos y continuidades, rodar prompter, escribir créditos de las notas, hacer producción del noticiero y grabar el noticiero.

Y en la post- producción editar y pietar material para el siguiente día, cargar batería de cámaras y archivar la emisión del noticiero.

De esta forma cada uno de estos procesos cuando van terminando y se van integrando hasta el punto de ir armando el noticiero y de aparecer ONLINE en la continuidad para ir AL AIRE.

2.2.1. Cómo contar una historia al estilo City

1. Cuente la historia con la cámara, la cámara es un lapicero, planee la grabación.
2. No utilice en lo posible " voice-over " - si los usa o los necesita en la edición, que estén grabados en la calle, use los sonidos del medio ambiente. Los sonidos reales que apoyen la historia y que el editor lo sepa.
3. Controle la cámara, sepa qué graba y arme la historia pensando en estos elementos. Los detrás de cámara son importantes para contar la historia, inclusive en las ruedas de prensa. La cámara no es meramente un espectador, se integra a las acciones y a las reacciones. No atiborre de texto las notas, deje que las imágenes cuenten la historia. Haga planos secuencias largos, no le tema a los planos largos bien hechos.
4. Trabaje con el medio ambiente, vidrios que reflejen, retrovisores de carros en la calle, etc. no grabe a los entrevistados contra la pared, con matas, en oficinas cerradas, busque opciones diferentes, camine con él, entréguele el micrófono, salga a un entorno que le aporte a la comprensión de la historia.
5. Visualice la historia antes de grabar y mientras graba, esto facilita la edición. Use el sonido ambiente al inicio de todas la historias, esto da identidad propia al canal. Toda nota empieza con un plano de establecimiento.
6. Sea interactivo, sea parte de la historia, son periodistas - conductores de la historia de valor agregado, incluya información útil siempre, una dirección, un teléfono, una página de Internet, una dirección.
7. La historia es un proceso, se puede empezar a contar desde la redacción, desde la llamada, la salida de Citytv, el viaje hasta el sitio, la llegada e inclusive la vuelta o en la edición.

8. Esté siempre listo con todo el equipo (videografía) Estar siempre listos, es ver en el sitio de la historia lo que otros periodistas no ven o no creen importante.
9. Conecte ideas en diferentes locaciones, textos que inician en un punto y pueden continuar en otro. Conecte con sonidos y colores. Use puntos de referencia que faciliten la ubicación del televidente, la fachada del sitio, la calle principal
10. Cada historia es alrededor de alguien, es sobre la gente es una batalla por ganar las mentes y los corazones de la audiencia. Incluya los nombres de todas las personas que participan en la nota, incluyendo la de los pulsos. Las historias no terminan cuando son emitidas, la gente sigue con sus problemas.
11. Todas las piezas y las historias sumadas, definen el carácter y la voz del canal. Use la marca City, los logos, los porta micrófonos, las vallas, las chaquetas, es parte de la identidad.
12. El estilo City no es un ejercicio académico, es un ejercicio creativo, físico, mental, intuitivo y difícil.

2.2.2. Estilo City

Las notas son Historias, no sólo son noticias. El termino historia debe entrar en el léxico del libreto, de los periodistas y de los presentadores.

Todas las historias deben ser analizadas y escogidas sobre el V.I.P
VISUAL: ¿Qué tan visual es? ¿Puede ser contada sólo en imágenes?
INTERESTING: ¿A cuanta gente le interesa? ¿Qué tan interesante es, en el tiempo?
PEOPLE: ¿Debe tener gente dentro de la historia?

Todas las historias deben tener valor agregado, algo que a mí, me sirva, algo más allá de la noticia misma.

1. Cómo realizar la edición de las notas:

Sonido ambiente en el inicio de la nota. La imagen de ubicación, sea ministerio, palacio o barrio. Planos largos en especial los de establecimiento
Espacio dentro de la nota al ambiente, no todo debe ser texto.

2. Cómo utilizar las imágenes de archivo:

El uso de imágenes de archivo, se limita a lo absolutamente necesario.
En los notas del día a día se deben grabar todos los apoyos.

3. Cómo realizar la lectura de audios:

En lo posible leer los offs, en el sitio, que no suene a sala de edición.
El texto debe dar espacio para que el video cuente la historia o parte de ella.

4. Involucramiento en la nota:

Todos los pasos en cámara deben comunicar algo más que el texto del periodista, debe ampliar la información sobre el hecho, el evento o el entrevistado mismo.

El involucramiento debe ser una constante en todas las secciones. El involucramiento tiene muchas opciones y es una oportunidad para hacer buena imagen.

Hace entrevistas en ambiente y no solo en oficina. Utilizar los recursos creativos del involucramiento, sin caer en lo ridículo, pero que ayuda a hacer y contar la historia.

5. Cómo se deben grabar las notas:

No se hacen entrevistas contra la pared y en encuadre con matas y cuadros. El recorrido a hacer la nota, es tan importante como la nota misma. La bajada del carro del periodista. La llegada a la puerta, etc...

Todas las historias deben tener uso de elementos City, de la marca, como chalecos, logotipos en el carro, gorras etc. Utilizar recursos creativos que ayuden a contar la nota, esto no está reservado solo para la videografía. Soltar el Micrófono con algunos invitados o entrevistados.

6. Cómo utilizar los Banners y/o créditos:

Los banners son complemento de la historia, una oportunidad para ampliar la información, no es para reiterarla constantemente. Las ruedas de prensa, son oportunidad para grabar desde atrás y ver todo el ambiente inclusive las cámaras de los otros medios y el show mismo de hacer televisión.

Soltar el micrófono, dejar que la gente lo tome y ellos hablen, somos el único medio que deja que la gente toque su micrófono. En las encuestas, pulsos y personas que opinan en el canal, deben llevar el nombre y apellido, son nuestra audiencia.

7. Emisión al aire:

La emisión del programa debe aprovechar como enganche las historias propias. Sobre las historias de todos los medios. La autopromoción de las historias dentro de la estructura de la emisión es fundamental. El flujo constante entre un tema y otro / y la autopromoción en el flujo del canal.

8. La continuidad:

De las emisiones de semana y de fin de semana, deben conservar las mismas pautas. Noticias de semana, Noticias fin de semana, Arriba Bogotá, Avances, y los especiales, son un sistema de noticias.

2.3. Organigrama



Figura 5. Organigrama: Detalle Sistema Informativo

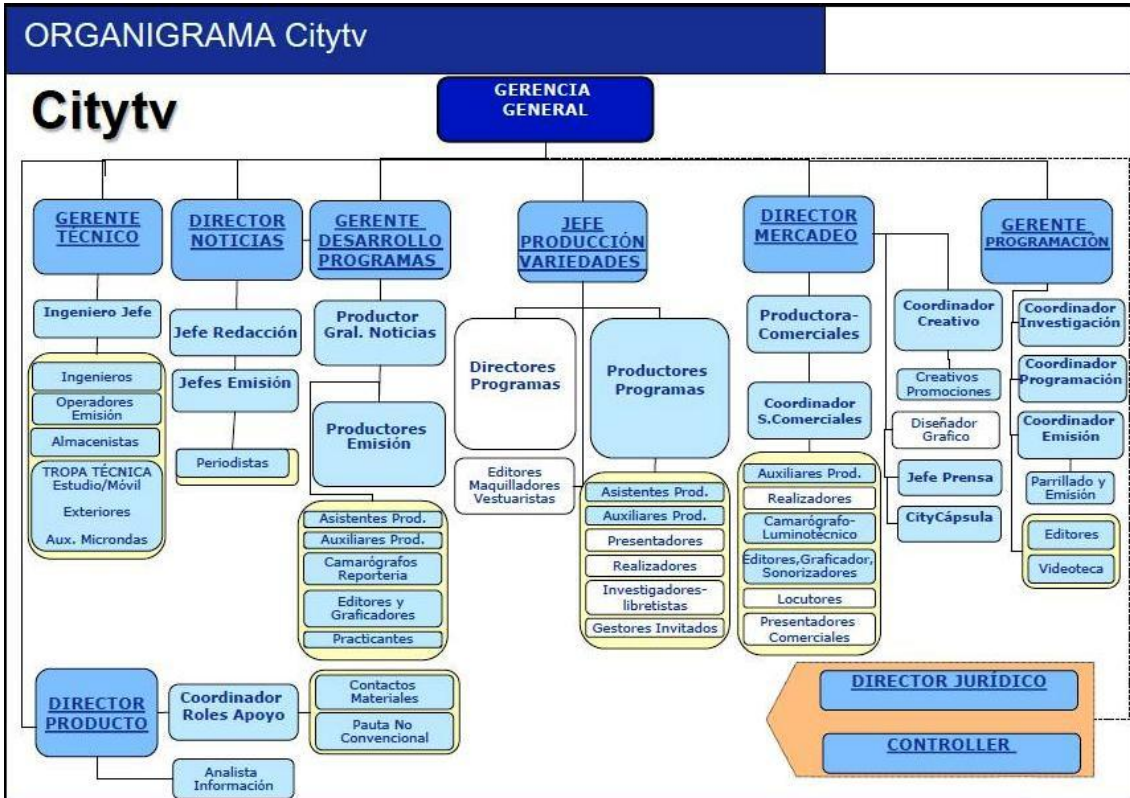


Figura 6. Organigrama general



Figura 7. Organigrama: Detalle Producción Variedades

2.4. SISTEMA DE DENUNCIAS CITYNOTICIAS

El sistema informativo tiene a la disposición de los televidentes el sistema de denuncias, el cual cumple la función de recibir quejas, reclamos o denuncias por parte de los ciudadanos ante entes de control de la ciudad. Anteriormente las denuncias eran recibidas por los periodistas o personal de producción, los cuales las dejaban anotadas en libretas o ‘papelitos’, botando gran parte de esta información, por ello se implementó un formato en el programa INEWS (programa que permite manejar la continuidad del noticiero), para que la información recibida sea descargada allí, evitando la pérdida de la misma

2.4.1. Campañas



La campaña ‘Reportero Ciudadano’, nació aproximadamente hace dos años, con la idea de que la misma gente fuera quien hiciera las denuncias en televisión.

Figura 8. Still ‘Campaña Reportero Ciudadano’

Se toma esta decisión porque, aunque el periodista cubría alguna u otra denuncia no era el que estaba directamente involucrado, pero si era la misma gente, esto podía ponerle tono y color a cada nota.

Diariamente se reciben vía telefónica, correo electrónico o cartas físicas alrededor de 50 denuncias, las cuales afectan a la comunidad, más no

denuncias particulares. Para que cada una de estas denuncias se desarrollen y sean presentadas en la campaña deben tener una serie de pruebas que hagan constatar los hechos. Si bien, la gente misma es la que denuncia, la campaña tiene a un periodista encargada, Nicolás Hernández, que ha trabajado en ella desde el inicio, para asesorar a la gente cómo debe contar la historia.



Figura 9. Still Campaña 'Por una Bogotá limpia'

Por una Bogotá limpia', fue una campaña que resultó después de la Medio Maratón 2011, cuando la ciudad quedó sucia por este evento.

Las personas estaban cansadas de ver la ciudad sucia que diariamente se recibían alrededor de 30 denuncias sobre el tema, para que el noticiero lograra hacer gestiones. Al hacer estas denuncias públicas, el Gobierno Distrital limpió la ciudad y al ver los resultados los televidentes seguían llamando y denunciando alguna cuadra o esquina donde se presentaba un botadero de basura, escombros o partes de carros, lo que llevó al noticiero a encarar cada una de las denuncias recibidas.

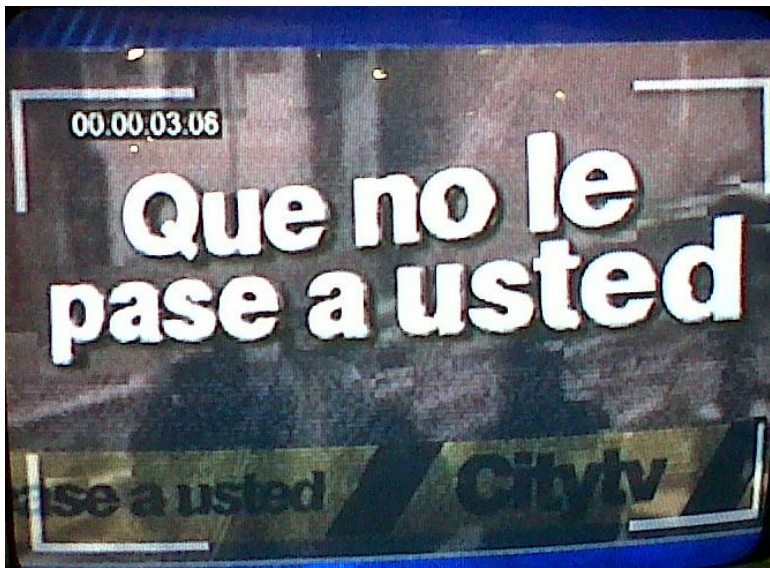
Se encargó al periodista Víctor Castro para responder por la que ha sido una de las campañas más exitosas creadas por el canal.



La campaña para denunciar el maltrato animal se posicionó en la franja informativa hace un año, tras pasar por unos procesos anteriores.

Figura 10. Still Campaña 'Denuncie el maltrato animal'

Anteriormente, se conocía bajo el nombre de CityZoo, con la periodista encargada Gina Chávez, este primer proceso duró 3 años, alcanzando grandes niveles de denuncias más que todo contra el maltrato de caballos. Encargaron a dicha periodista por el amor que tiene hacía los animales, el cual ha hecho que la campaña crezca y se posicione, llevándola al punto de lo que es hoy en día. En ella se puede denunciar cualquier maltrato animal y por medio de la campaña se logra buscar ayuda para su posterior recuperación.



Que no le pase a usted', es una campaña que se nace en septiembre del presente año, en la transición que hubo en City Tv de los nuevos jefes tanto de emisión como de redacción.

Figura 11. Still Campaña 'Que no le pase a usted'

El objetivo de dicha campaña es utilizar los testimonios de la gente para advertir al resto de la comunidad que denuncie los hechos de inseguridad de los que ha sido víctima y que 'no dé papaya' para que no sea víctima de algún hecho de vandalismo en la ciudad.

El periodista encargado Andrés Zambrano, periodista de orden público y judicial del noticiero, realiza diariamente 5 denuncias, las cuales son buscadas directamente en la calle, aunque en el canal se reciben alrededor de 15 ó 20 llamadas, para él es más satisfactorio buscar estos testimonios en la calle.

Con la campaña se busca llegar a 100 denuncias para hallar con la policía una solución a los hechos de vandalismo que se presentan en alguna localidad de la ciudad.

3. PAPEL DEL COMUNICADOR

El comunicador social es un profesional cuyo objetivo principal es dar la mayor información autentica y completa al público haciendo uso de la ética tanto personal como profesional aunque ello implique enfrentarse a situaciones adversas, además como profesional debe adaptarse "...a la estructura de producción y emisión del programa en el que se desempeña. Es así como su labor dentro de un noticiero está organizada sobre la base de rutinas productivas que imprimen un modo y estilo de trabajo...", (Carraza y otros 2005).

Ernesto Martinchuk y Diego Mietta en su libro "Televisión para periodistas", definen la labor del periodista como el profesional que realiza la tarea más difícil: interpretar los hechos de cerca. Y para esto debe estar al servicio de la comunidad conocer de cerca y mezclarse con su cultura, colocarlo como principal objetivo en sus acciones y ayudándole a través del poder que dan las palabras, a buscar soluciones a todos sus problemas.

Gracias a la evolución que ha sufrido la televisión con el paso del tiempo, ha hecho que los noticieros sean los encargados de darle a este formato la seriedad que los usuarios han requerido, aportando información, educación y entretenimiento, por ende "...la televisión muestra en la actualidad no sólo información, sino verosimilitud y credibilidad", (Carraza y otros, 2005), confundiendo en ocasiones la misma realidad con la ficción aportando espacios de análisis, reflexión e investigación.

"La producción de la noticia es un proceso que se inicia con un acontecimiento. Pero no hay que entender el acontecimiento como algo ajeno a la construcción social de la realidad por parte del sujeto, (Rodrigo,1993).

Con estos cambios los noticieros han modificado tanto su contenido como la misma labor de los periodistas, quienes deben tener la facultad de poder mezclarse con las diferentes opiniones, criterios y maneras de pensar de los receptores del mensaje, es por eso que deben ser imparciales y deben desprenderse de todo tipo de interés, tanto personal, como político, económico o de cualquier otra índole.

“En este contexto de cambios y modificaciones el periodista... redefine su rol de comunicador social. Por lo que pasa a ser un periodista audiovisual que trabaja con una nueva concepción de noticia, que ha dejado de “ser lo que sucedió” para transformarse en lo que “está sucediendo””, (Carraza y otros, 2005).

Por medio de esta propuesta, (la cual es realizada por un practicante de Comunicación Social – Periodismo) se busca un beneficio tanto para la ciudadanía como para el canal, ya que al mejorar las herramientas existentes del sistema de denuncias de Citynoticias se logrará responder a más denuncias ciudadanas y evidenciar cuántas de ellas están siendo o no trabajadas por los periodistas.

4. DIAGNÓSTICO DEL ÁREA DE INTERVENCIÓN

El sistema de denuncias de Citynoticias está conformado por una serie de campañas que ha creado el sistema informativo como forma de ayudar a la comunidad, para ello pone a disposición de esta algunos medios de comunicación para que los televidentes puedan entablar una denuncia.

Uno de los medios de comunicación disponibles y el más utilizado es una línea de atención al televidente, por medio de la cual éste puede llamar a expresar su inconformidad con algún ente de control de la capital. Hay disponibles 8 personas en total (practicantes del área de producción), para responder constante y diariamente los medios de comunicación disponibles.

Cuando un televidente se comunica al sistema informativo a registrar una denuncia, es escuchado por uno de los 8 practicantes. Cada uno de ellos debe entrar al sistema (INEWS) para que al terminar de escuchar al ciudadano, sintetice la información, en sólo la denuncia y la sistematice, preguntándole además datos personales para completar el registro (Nombre, número telefónico fijo o celular y dirección del domicilio). Estos datos se le entregan posteriormente al periodista, quien deberá contactar al denunciante y así verificar la información digitada en el sistema.

Diariamente se reciben entre 20 y 30 llamadas denunciando temas de salud, inseguridad, educación, movilidad, basuras, entre otros, y las cuales, en su mayoría (alrededor del 80%) se quedan sin responder. Esto ocurre por varios factores: inadecuada implementación de la herramienta porque la información tiene un tiempo de vigencia corto y porque no se cuenta con mucho personal.

También la comunidad puede enviar cartas con la descripción de la denuncia o escribir al correo electrónicos, los cuales presentan fallas ya que la mayoría de las cartas no se leen y el correo no se revisa diaria y constantemente, por la cantidad que llegan.

A pesar de esto el sistema de denuncias de Citynoticias, ha sido un punto acertado porque “es un suministro enorme que tiene el canal, del cual se sacan muchas de las noticias que se procesan y salen al aire en City Tv”, afirma William Calderón jefe de redacción de Citynoticias. De este acierto se han desprendido campañas de denuncias, que han servido tanto al noticiero como a la comunidad, entre ellas la campaña de basuras, ‘Por un Bogotá limpia’.

Esta campaña resultó después de la Medio Maratón, cuando la ciudad quedó sucia por este evento. Diariamente se recibieron alrededor de 30 denuncias sobre el tema, para que el noticiero lograra hacer gestiones. “Cuando el gobierno distrital limpió la ciudad, los televidentes seguían llamando y denunciando alguna cuadra o esquina donde constantemente se presentaba un botadero de basura, escombros o partes de carros, al conocer todas estas denuncias, se planteó llevar a cabo la campaña ‘Por un Bogotá limpia’”, dice Víctor Castro, periodista encargado de esta campaña.

Y es que para que una denuncia se pueda trabajar debe poseer ciertas características, como “... que tenga un impacto social grande, que aunque lo que se denuncie sea particular, se refleje en toda la sociedad... y que hayan elementos suficientes para procesar la información, como testimonios, videos y fuentes”, indica Calderón.

➤ Falencias

Mediante varias técnicas de recolección de información, como entrevistas con personal que maneja las herramientas del sistema de denuncias y observación participativa se han notado las siguientes falencias:

- En algunos casos los practicantes no digitan bien la información o no la sintetizan como debería ser.

- Jefes de emisión y redacción no tiene conocimiento pleno, solo parcial de todas las denuncias recibidas diariamente.
- No hay periodistas encargados para todos los temas obligando que muchas de las denuncias se queden sin respuesta.
- El formato existente en el INEWS no permite hacerle un seguimiento adecuado a la denuncia que se está trabajando.
- Los usuarios no están bloqueados, permitiendo la sobre escritura en cualquier casilla.

5. EJE DE INTERVENCIÓN

Durante el segundo periodo del 2011, se pretende mejorar la versión existente del sistema de denuncias de Citynoticias, para responder a la comunidad de una forma efectiva.

Para ver la efectividad, aciertos o falencias del sistema de denuncias de Citynoticias se realizarán entrevistas estructuradas a personal que tenga una relación directa con el sistema de denuncias como jefes de emisión y redacción, productores y periodistas encargados de campañas anteriores o existentes. Lo que se busca con las entrevistas es conocer las razones por las que se pueden o no ingresar al sistema una denuncia, en qué momento y porqué pueden ser archivadas en el sistemas o comunicadas al jefe de emisión inmediatamente, conocer las razones por las cuales el sistema de denuncia es o no una herramienta efectiva para el canal y saber cuáles son los motivos de los ciudadanos para llamar a denunciar una irregularidad a Citynoticias y no otro canal de televisión.

➤ Acciones

Identificadas las falencias del sistema de denuncias se pretende realizar las siguientes acciones para mejorar las herramientas existentes:

- Estrategia 1

Mejorar el formato existente creado en el INEWS para recibir las denuncias ciudadanas.

Actividad a desarrollar

Mediante entrevistas con jefe de redacción y productores, se identificó que en el formato existente creado en el INEWS, se presentan algunas fallas, ya que las casillas que hay no permiten realizar un buen seguimiento a las denuncias

trabajadas. Por ello se pretende realizar un cambio en el formato, creando nuevas casillas que le permitan a cualquier persona que mire la denuncia saber en el estado en que se encuentra su desarrollo y además reorganizar las casillas actuales.

Formato actual

iNEWS						
Archivo Editar Ver Ira Nota Formato Herramientas Comunicar Ventana Ayuda						
1 2 3 4 5 CONT. 1 CONT. 2 CONT. 3 CONT. 4 CONT. 5						
19:08:09						
CITYTV/NOTICIEROS.DENUNCIAS.Obras Acueducto						
TEMA	TOMADA POR	FECHA CREACIÓN	PERIODISTA A CARG	DENUNCIANTE	TELEFONOS	DIRECCION
Violación de una Perra	miksán	15/09/2011 18:51:08		Foscar	3138290409	Bosa La Paz
No entrega de medicamento	pabvel	15/09/2011 18:46:26		Martha Ines Méndez	7041079- 3152031923	
3 heridos en esta semana	miksán	15/09/2011 18:44:52		Alberto González	3167841803	KR 4 CON CALLE 33
Calle que nunca terminan	jorram	15/09/2011 18:46:09		Juan Carlos Solórzano	3214910442	
Señor murió y está en su casa	jorram	15/09/2011 18:38:15		Diego Toquica	3108213897	
fabricas de pintura camufladas	jorram	15/09/2011 17:42:24		Graciela Garzón	2642119 - 3142430003	
Volqueta tumba casas	jorram	15/09/2011 17:40:38		Andrea	7164983	
No atienden a niña diabética	jorram	15/09/2011 17:38:20		Lucinda Sandoval	2273717	
Toma de colegio	jorram	15/09/2011 17:36:41		Miguel Vargas	3154261523	
Calle sin terminar	jorram	15/09/2011 17:33:46		Marlen de Lugo	7576198 - 7275116	
Mal trato en colegio	jorram	15/09/2011 17:31:31		Marta Isabel Quijano	3142735267	
Señora con cancer	jorram	15/09/2011 17:29:22		María Matilde Latorre	7587307 - 3125345884	
Tarjeta clonada	jorram	15/09/2011 17:28:00		Carlos Bautista	3005607968	
Estafa. Fachada City Tv	miksán	15/09/2011 17:27:08		Luz Mery Acero	3142359707	Calle 89 N86A- 13
Muerte de joven especial	pabvel	15/09/2011 14:40:35		Alexandra Ruth	4491805- 4717192	
Pelo largo en plantel	luival	15/09/2011 10:56:43		Moises Alarcón	316-875-8634	
Chantaje por facebook	cinnui	15/09/2011 09:12:52	JULIAN	Graciela Escobar Sanabni	4905474/3214329968	
Niños maltratados verbalmente	luival	15/09/2011 08:15:03		Fabiola Díaz	3118376531/3134231495	
Menor fuera del colegio	luival	15/09/2011 08:11:54		Xiomara García	3142724726	
No dan citas	luival	15/09/2011 08:10:15		Luz Marí Torres	7195201/3168209287	
Calle con Huecos	miksán	14/09/2011 20:34:05		Amanda Piña	6145215	Av 19 (129- 134)
Colegio sin clase	jorram	14/09/2011 19:26:46		La persona que llamó no s		
Transporte Soacha	jorram	14/09/2011 19:25:08		carlos Varela	3115117053	
motociclista muerto	miksán	14/09/2011 19:05:09		JULIO SALAZAR	3212371956	CARRERA 80 n54 SUR
LIBRETA MILITAR	miksán	14/09/2011 18:45:14		Consuelo Valderrama	3152925089	Calle 12AN71c-21
MUJERE EN CUADRA DE CLÍN	miksán	14/09/2011 18:32:37		Carolina Novoa	4520029	
Manifestación por inseguridad	miksán	14/09/2011 18:02:12	JULIAN	Patricia	7821917	carrera 73J N62G- 52 sur
alcantarillas tapadas	miksán	14/09/2011 17:58:51		Marina Peña	7193221	
Tutela incumplida	miksán	14/09/2011 17:27:58	VICTOR CASTRO	ana estupiñan	3133314333	Soacha
DISCAPACITADO	miksán	14/09/2011 15:03:30		HECTOR ZARASTE	5994961	CARRERA 2n 54 - 56
MUERTO POR FALTA DE AM	miksán	14/09/2011 14:41:54		Gloria Suárez	7854063	CARRRERA90a n45 A - 15
	miksán	14/09/2011 14:27:06		FERNANDO	3157051091	CARACAS CON 35
Transporte en soacha	luival	14/09/2011 13:37:13		Carlos Alberto Valera	3115117053	cr 1b 9-19
denuncia venta de carro ilegal	luival	14/09/2011 10:51:07		juan carlos lorenzo	3142197521	
Obras paradas	ferram	14/09/2011 08:31:41		José	3115922055	
Colegio con contaminación	ferram	14/09/2011 06:58:08	NICOLÁS	Jairo Calderón	3112604877	Calle 71 # 75 - 11
Alcalde Loca rehuyó más de	luival	14/09/2011 06:06:05		Manna López	311-490-7409	cra 81 con diagonal 2B
ALUMBRADO PÚBLICO	miksán	13/09/2011 21:08:50		Milton Abril	3168189761	Carrera 148B N137- 27
falsos funcionarios	jorram	13/09/2011 19:33:55		Lucia Espitia	3123667605	Calle 17F bis N112- 10
Calle imbadida	jorram	13/09/2011 19:31:56		Flor Olmos	3125937138	Carrera 87 B , 128D- 20
Obras Acueducto	pabvel	13/09/2011 17:44:15		Rafael Gonzales	7607356- 3107512076	
COMEDORES BOSA	miksán	13/09/2011 17:04:01	NICOLÁS	Dora Várquez	3134854985	KR91C N 57A- 27 SUR

Figura 12. Formato actual iNEWS

Formato nuevo

[illegible]

Tabla 1. Formato Nuevo INEWS

Al nuevo formato se le han reorganizado las casillas existentes, para que la primera información que se encuentre sea la prioritaria, que es la información del denunciante y las casillas que se le implementan permitan realizar un seguimiento de la denuncia.

- Fuentes: En esta casilla el periodista se encargara de depositar la información de fuentes testimoniales que tenga sobre la denuncia que está trabajando.
- Pruebas denunciante: Información que soporte la denuncia como cartas, fotografías, videos, etc.
- Fecha entrega: Es la fecha en la que se es entregada la denuncia al periodista para empezar a ser trabajada.
- Fecha al aire: Fecha en la que la denuncia, luego de ser trabajada y editada, es transmitida al aire en el noticiero.

Además de ello también se pretende que cada usuario tenga bloqueado la sobre escritura de otros usuarios, permitiendo que por error se borre alguna información ya consignada.

- Estrategia 2

Canalizar los medios de comunicación disponibles para recibir las denuncias

Tras realizar una observación participativa a lo largo de 4 meses en el sistema de denuncias, se ha notado que existen muchos canales de comunicación, como extensiones telefónicas y correos electrónicos, a los cuales, se pueden comunicar los ciudadanos para entablar una denuncia.

De esta manera se entorpece un poco la labor de recolección de dicha información, ya que actualmente jefes inmediatos de la mañana y tarde han asignado a un practicante en cada jornada para ser el encargado de recibir las denuncias que llegan al canal mediante los diferentes medios semanalmente. Por ende se pretende revisar a qué correos electrónicos están llegando denuncias y dejar uno solo al cual tenga acceso el practicante, al igual que dejar una sola extensión telefónica y así se realizará de forma acertada la tarea de recolección de información de las denuncias. Otros de los motivos por los cuales se pretende canalizar los medios de comunicación es porque los demás practicantes se encuentran ocupados en la tarde haciendo que cuando contesten el teléfono pierdan y/u olviden alguna información por estar en la realización de sus labores.

Se identificaron los siguientes correos electrónicos a los cuales llegan denuncias ciudadanas.

- citynoticias@citytv.com.co
- wilcal@citytv.com.co

- nicher@citytv.com.co
- dieloa@eltiempo.com
- Teléfonos y extensiones disponibles son:
 - 410 3500
 - 2940100 ext. 3104
 - 2940100 ext. 3123
- Dirección a donde llegan las cartas
 - El Tiempo Casa Editorial Av. Calle 26 #68B- 70

Actividades a desarrollar

- Se comunicará a recepción que quedan habilitadas dos extensiones en Citynoticias para pasar las llamadas telefónicas sobre denuncias, la cual sería la 3123 y 3104
- Se pedirá acceso a los practicantes al correo electrónico citynoticias@citytv.com.co, para que de allí saquen y estén pendiente de información.
- Se seguirá utilizando el número telefónico 410 3500, que es el número del Reportero Ciudadano.
- Las denuncias físicas que sigan llegando al canal Av. Calle 26 # 68B- 70, se leerán y la información se digitalizará en el sistema.

- Estrategia 3

Lograr que en el consejo de redacción jefes de emisión y de redacción tengan conocimiento de las denuncias recibidas semanalmente.

Actividad a desarrollar

Para esto el practicante designado de la semana rendirá un informe diario de las denuncias recibidas durante su asignación y de esta manera, mediante su criterio, la mayoría de ellas, puedan ser trabajadas por los periodistas o por él mismo.

5.1. ACCIONES DEL PRACTICANTE EN EL SISTEMA INFORMATIVO

Avance 6:00 p.m.

- Realizar una ronda por la sala de redacción de El Tiempo Casa Editorial, para preguntarle a 4 periodistas de diferente sección la noticia de actualidad.
- Pedirle a cada uno de los periodistas de la ronda un Título de no más de 2 o 3 palabras y un banner (pequeña descripción de la noticia)
- Buscar las imágenes (video) correspondiente a la información dada previamente por el periodista, para tapar la nota.
- Grabar la presentación con la Jefe de Emisión María Elena Romero y los 4 periodistas seleccionados con anterioridad.
- Editar el material
- Escribir y ponchar créditos al aire.

Enlace ET

- Buscar información y redactar 4 notas de importancia general para los bogotanos.
- Buscar las imágenes (video) correspondiente a la información para tapar la nota.
- Editar el material
- Grabar la presentación con la Jefe de Emisión María Elena Romero
- Escribir en el sistema INEWS, la información para que la Jefe de Emisión la lea.
- Rodar prompter
- Imprimir libretos
- Escribir los créditos y enviarlos vía correo electrónico al practicante encargado de ET Canal El Tiempo.

- Confirmar que hayan recibido los créditos y decirle al asistente de producción la ruta para jalar el material de ingesta.

Avance 6:50 p.m.

- Escoger 3 periodistas de City Noticias, que se encuentren en el momento en el set.
- Preguntarle a cada uno de ellos la noticia de la que se va a hablar en el avance.
- Buscar las imágenes (video) correspondiente a la información para tapar la nota.
- Pedirle a cada uno de ellos un título y banner.
- Grabar la presentación con la Jefe de Emisión María Elena Romero y los 3 periodistas seleccionados con anterioridad.
- Editar el material.
- Escribir y ponchar los créditos al aire

Sistema de Denuncias

- Contestar el teléfono
- Digitalizar la información

Citynoticias 8 p.m.

- Estar pendiente de créditos de periodistas, si alguno de ellos se encuentra en Microonda (MO)
- Pendiente de recoger y llevar los invitados de la portería al set y viceversa
- Rodar prompter
- Imprimir libretos y continuidades

Citynoticias Fin de semana

- Estar pendiente de créditos de periodistas, si alguno de ellos se encuentra en Microonda (MO)
- Rodar prompter
- Imprimir libretos y continuidades
- Mandarle al graficador de turno el estado del clima
- Grabar y editar la sección de desaparecidos llamada 'City te oye'
- Hacer Pilas (información corta y general para los bogotanos)

CTY: Acción contra el crimen

- Asistencia de producción
- Pietar material de archivo
- Estar pendiente de la edición de la promo del programa
- Estar pendiente de material de archivo que necesite el editor
- Actuar y grabar los dramatizados

Grabar Steadys (Imágenes fijas de la calle, preferiblemente carros)

Grabar Pulsos para el noctámbulo (Preguntarle a la gente ¿Para usted qué es la noche?)

6. JUSTIFICACIÓN DEL EJE DE INTERVENCIÓN

A partir del siglo XXI se ha venido gestando una nueva visión de ciudadanía y del papel de la información.

Ahora por parte de la ciudadanía se está mostrando un interés en participar en la construcción del periodismo audiovisual, el cual responde a las características del denominado periodismo cívico participativo, encargado de “tomar partido por la humanidad, por sus valores fundamentales...” afirma (Daza y otros, 2000).

Como citan Daza G. y otros escritores en el libro “Periodismo y ciudadanía”, para acercarse a una concepción del periodismo cívico participativo se debe hacer una búsqueda en el ámbito nacional. Al hacer esto, se logra entender por qué las personas buscan en los medios de comunicación una respuesta a sus necesidades, ya que si se examina cuidadosamente este hecho, uno ve que las autoridades competentes no están respondiendo al llamado de la comunidad como debe ser, cuando sienten que se están violando sus derechos y/o deberes. Prueba de ello son las diferentes campañas de denuncia ciudadana creadas por noticieros del país.

La inclusión

A partir de 1999 se comenzó a tratar fuertemente el tema del periodismo cívico en Colombia con el proyecto “Educación: un asunto de todos”, el cual buscó “...ampliar la agenda ciudadana sobre educación... mediante la promoción de la participación ciudadana en este tema en las regiones de Bogotá, Valle y Caribe de Colombia.” (Daza, 2000). Con esto se logró potenciar la participación de la ciudadanía en la búsqueda de soluciones a este problema que los aquejaba.

Pero dos años antes, ya había comenzado a tratarse el tema, fue cuando se llevó a cabo en la misma ciudad el proyecto “Voz y voto: participe y elija”, el cual duró 4 meses para las elecciones a la alcaldía Mayor de Bogotá, donde los bogotanos identificaron en una encuesta realizada por el periódico EL TIEMPO en alianza con la especialización en Periodismo Urbano de la Universidad Pontificia Bolivariana, cinco temas fundamentales que aquejaba a la comunidad y los cuales se trabajaron en unos foros. Para su participación se crearon dos importantes “mecanismos complementarios de participación ciudadana como la línea telefónica abierta y el correo del lector” (Daza, 2000).

Es importante destacar que la misma teorización del periodismo cívico se ha logrado alimentar tanto por la ciudadanía, gracias a la constante práctica y búsqueda de la solución de problemas de política, movilidad y medio ambiente que le tocan directa o indirectamente; como por la academia, quién ha tratado que con seminarios y diplomados se logre “aprovechar el importante papel de mediadores y formadores que tiene los medios de comunicación en los diferentes procesos del país para impulsar a los ciudadanos a ser más participativos”, también objetivo general del diplomado en periodismo cívico que en el año 2000 inició la Universidad de la Sabana de Bogotá.

La práctica

Es grato saber que la academia está preparando a comunicadores sociales y periodistas no solo para que cumplan el mayor objetivo de sus carreras, que es informar responsable y éticamente a la comunidad de los acontecimientos sino que además están siendo preparados como ciudadanos conocedores de la realidad social del país y de las necesidades de su comunidad.

Como dice Peter Weitzel, editor administrativo del Miami Herald, hacer periodismo cívico es trasladar la sala de redacción a la comunidad. De esta forma periodistas y medios de comunicación han entendido que el periodismo cívico corresponde a una retroalimentación, la cual permite que el ciudadano se

convierta en un periodista más, ya que al estar informando un problema que afecta el devenir de la comunidad, está creando una noticia.

En este momento se deja de lado el esquema tradicional del periodismo, aquel que ha mantenido a los periodistas detrás de la escena, procurando "...en aras de valores como el de la objetividad, la neutralidad y la imparcialidad, ponerse detrás de los hechos y actuar solamente como un espejo que refleja la realidad..." (Prada, 2000), para colocarlo en un plano donde sus conocimientos ayuden a la pronta y positiva solución de problemas, involucrándolo más en la sociedad.

El ejercicio

Un taller llevado a cabo por la Universidad Minuto de Dios de Bogotá, llevó a sus estudiantes de Comunicación Social y Periodismo poner en práctica el ejercicio del periodismo cívico. Con esta experiencia se lograron identificar "...los objetivos, la filosofía, la metodología..." (Prada, 2000), que hoy en día utilizan los periodistas de los medios de comunicación en el ejercicio real de trabajar una denuncia ciudadana, los cuales son:

- Identificación del problema
- Voces ciudadanas
- Agenda ciudadana
- Diálogo público
- Socialización del problema
- Deliberación ciudadana
- Agenda de compromisos
- Seguimiento

En estos puntos o fases se resume a cabalidad la práctica del periodismo cívico, cuando un profesional toma como parte de su trabajo diario responder al llamado de la comunidad y ayudarla a resolver su problema. Al ver que los medios de comunicación sí están respondiendo prontamente este tipo de denuncias, las cuales son entabladas porque los entes de control correspondientes no les ofrecen las soluciones requeridas, los usuarios crean un puente de confianza y credibilidad en el medio de comunicación que le está ofreciendo respuesta, de esta forma es que la denuncia impuesta por el ciudadano se convierte en otra forma de hacer noticia.

Las herramientas

Ana María Miralles Castellanos, Coordinadora de la Especialización en Periodismo Urbano de la Universidad Pontificia Bolivariana, dice en su ensayo “La construcción de lo público desde el periodismo cívico” que “Todo buen periodismo cívico tiene un fuerte componente de lo mejor del periodismo informativo: investigación bien hecha, tratamiento del detalle, perspectivas creativas para el tratamiento de los temas de forma tal que los procesos deliberativos no agoten a las audiencias y buena presentación desde el punto de vista de los formatos. Porque desde el punto de vista metodológico, el periodismo cívico es un juego de ritmos entre informaciones y procesos de participación ciudadana canalizados por líneas telefónicas, foros deliberativos, conversaciones ciudadanas, cartas y paneles de ciudadanos”

Estas herramientas permiten que las campañas creadas por los medios de comunicación para resolver o poner en conocimiento las denuncias ciudadanas sean atractivas, porque dan la posibilidad de que el denunciante sea el protagonista de la nota, que se investigue a profundidad el problema que aqueja al ciudadano y se dé respuesta con el ente de control de la ciudad correspondiente y además deja contar y experimentar nuevos formatos, narrativas y ritmos, un estilo marcado por el periodista y el editor que dará

“...elementos para introducir de manera central el punto de vista ciudadano en esas historias” (Miralles, s.f.). Por esto han funcionado efectivamente cada una de las campañas, procesos y herramientas que Citynoticias ha puesto a la disposición de la comunidad en su sistema de denuncias.

7. OBJETIVOS

7.1.OBJETIVO GENERAL

Mejorar las herramientas existentes del sistema de denuncias de Citynoticias, para obtener un buen y oportuno desarrollo de las denuncias hechas por los ciudadanos bogotanos.

7.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Mejorar el formato existente creado en el INEWS para recibir las denuncias ciudadanas.
- Canalizar los medios de comunicación disponibles para recibir las denuncias.
- Lograr que en el consejo de redacción jefes de emisión y de redacción tengan conocimiento de las denuncias recibidas semanalmente.
- Dar al practicante la potestad de tener criterio de saber cuáles son los temas relevantes de las denuncias para ser trabajadas.

8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDAD MES	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
SEPTIEMBRE	Primera reunión con el tutor para estructurar la idea del proyecto	Indagar sobre teoría que soporte el proyecto y elaboración de los cuestionarios	Entrega a tutor del primer borrador de avance del proyecto	Aprobación de la temática a desarrollar por parte de jefe inmediato
OCTUBRE	Entrevistas con jefe de redacción, productores y periodistas	Entrevistas con periodistas encargados de campañas y ubicar en archivo o graficación las imágenes	Verificar números de teléfono y correos electrónicos a los cuales llegan las denuncias	Entrega a tutor de segundo borrador del proyecto
NOVIEMBRE	Aprobación por jefes de redacción, emisión y productores del proyecto, puesta en marcha del	Se programa a un solo practicante para llevar a cabo el proyecto a partir de esta semana	Solicitud ante el departamento de ingeniería del noticiero para que el practicante tenga acceso	El practicante continúa colocando en marcha, según los objetivos acordados en

	mismo	asiste a los consejos de redacción para rendir informe de las denuncias recibidas	a los correos comunitarios e implementar el nuevo formato de INEWS	la aprobación
DICIEMBRE	Toques finales al informe final del proyecto para ser enviado a correcciones ante el tutor y luego mandarlo corregido al departamento de prácticas académicas de la universidad			

Tabla 2. Cronograma de actividades

8.1. CUADRO DE ACTIVIDADES POR OBJETIVOS

OBJETIVO	FUENTE TESTIMONIAL O DOCUMENTAL	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	OBSERVACIONES
Mejorar el formato existente creado en el INEWS para recibir las denuncias ciudadanas.	Entrevista con William Calderón, William Suárez, Andrés Zambrano, Nicolás Hernández	Aumentar casillas en el formato existente	Tener en cuenta en las entrevistas preguntar falencias y aciertos del formato
Canalizar las denuncias en un solo correo y extensión telefónica	Silvia Sánchez	Verificar números telefónicos y correos electrónicos a los cuales llegan las denuncias. Pedir acceso a los practicantes a los correos comunitarios	
Lograr que en el consejo de redacción jefes de emisión y de redacción tengan conocimiento de las denuncias	William Calderón, William Suárez, María Elena Romero, Silvia Sánchez y Diego Loaiza	Aprobación y puesta en marcha del proyecto por jefe de emisión, redacción y productores	

recibidas semanalmente.			
Dar al practicante la potestad de tener criterio de saber cuáles son los temas relevantes para ser asignados	Entrevista a William Calderón, William Suárez y Nicolás Hernández		

Tabla 3. Cuadro de actividades por objetivos

9. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

En el transcurso de la propuesta se llevaron a cabo todas las actividades planteadas, se implementó el nuevo formato en el sistema INEWS, quedaron habilitadas dos extensiones para recibir las llamadas de los denunciantes, el practicante designado tuvo acceso a los correos comunitarios y se comenzaron a plantear nuevos temas para ser tratados en los consejos de redacción.

La realización de estas actividades llevó a que los periodistas utilicen más la herramienta planteada desde un inicio para sistematizar las denuncias y que se trabajen más denuncias que las que se venían trabajando, para ello desde que comenzaron a funcionar las nuevas actividades se llevó una sistematización.

Noviembre

DIA	LLAMADAS RECIBIDAS POR DIA	DENUNCIAS TRABAJADAS	DENUNCIAS NO TRABAJADAS
22	19	0	19
23	18	6	12
24	22	0	22
25	13	1	12
26	2	0	2
27	1	0	1
28	8	1	7
29	11	1	10
30	13	2	11

Tabla 4.Resultados Noviembre

Diciembre

DIA	LLAMADAS RECIBIDAS POR DIA	DENUNCIAS TRABAJADAS	DENUNCIAS NO TRABAJADAS
1	5	0	5
2	9	2	7
3	6	0	6
4	6	1	5
5	18	3	15
6	15	6	9

Tabla 5. Resultados Diciembre

En estos dos meses, se incrementó tanto el número de denuncias recibiendo de 5 a 7 denuncias más, como las que empezaron a ser trabajadas. Esto debido a que diariamente el practicante designado descargó toda la información de los correos comunitarios (LD_Citytvnoticias, LD_Arribabogota y LD_Tutransito), algo que no se hacía antes, además al descargarle labores pudo dedicarse solo al sistema de denuncias, así prestó mayor atención a cada llamada, correo electrónico y carta que llegaba al noticiero.

Esto hizo que el periodista Nicolás Hernández, encargado de la campaña de “Reportero Ciudadano”, utilizará información para trabajar en la campaña, incrementando el número de los temas trabajados. Pero no solo este periodista se dedicó a revisar el sistema del INEWS, también lo hicieron Andrés Contenido, Gina Chávez y Carlos Raigoso que han respondido prontamente el llamado de la comunidad.

Esto se puede evidenciar cuando el día 6 de Diciembre, el practicante recibió alrededor de 50 llamadas y 30 correos electrónicos de habitantes de diferentes barrios como El Recreo y El Tintal, aclamando por una ayuda ya que las lluvias hicieron que caños que pasan por estos barrios inundaran los sectores y denunciando que ni la empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá ni el Cuerpo de Bomberos les prestaban atención, incluso en una algunas llamadas decían que los bomberos llegaban al lugar y se devolvían.

Los siguientes correos electrónicos y fotografías, enviadas al correo comunitario LD_Citytvnoticias, se demuestra el llamado de la comunidad por tal desastre natural:

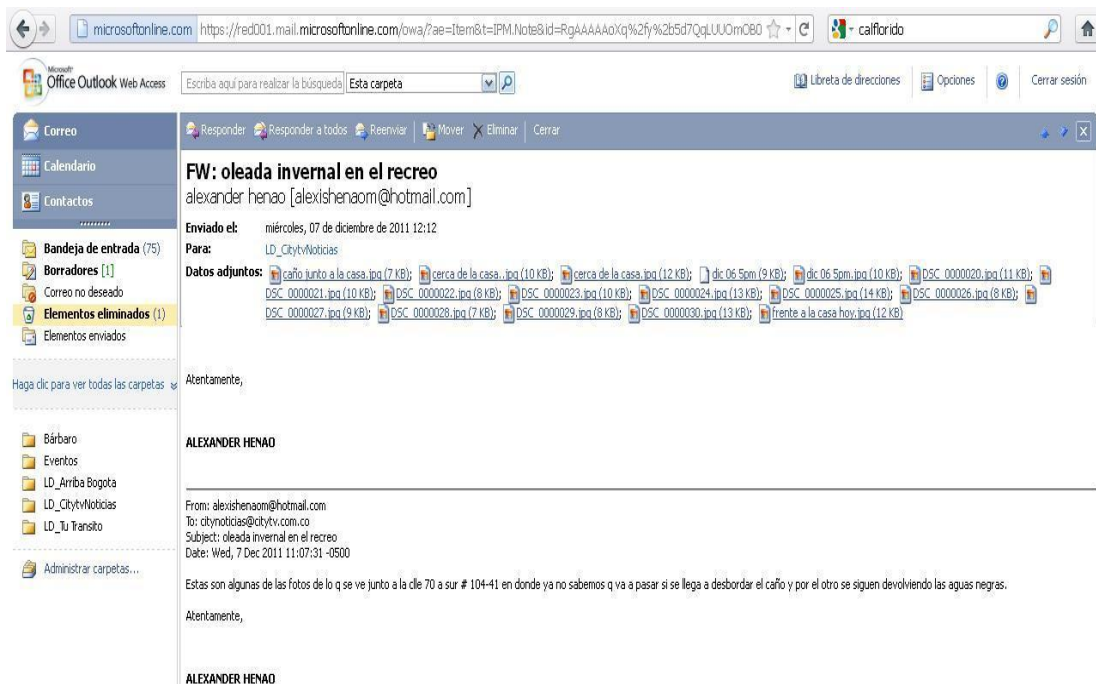


Figura 13. Denuncia en correo electrónico LD_CitytvNoticias



Figura 14. Denuncia en correo electrónico LD_CitytvNoticias

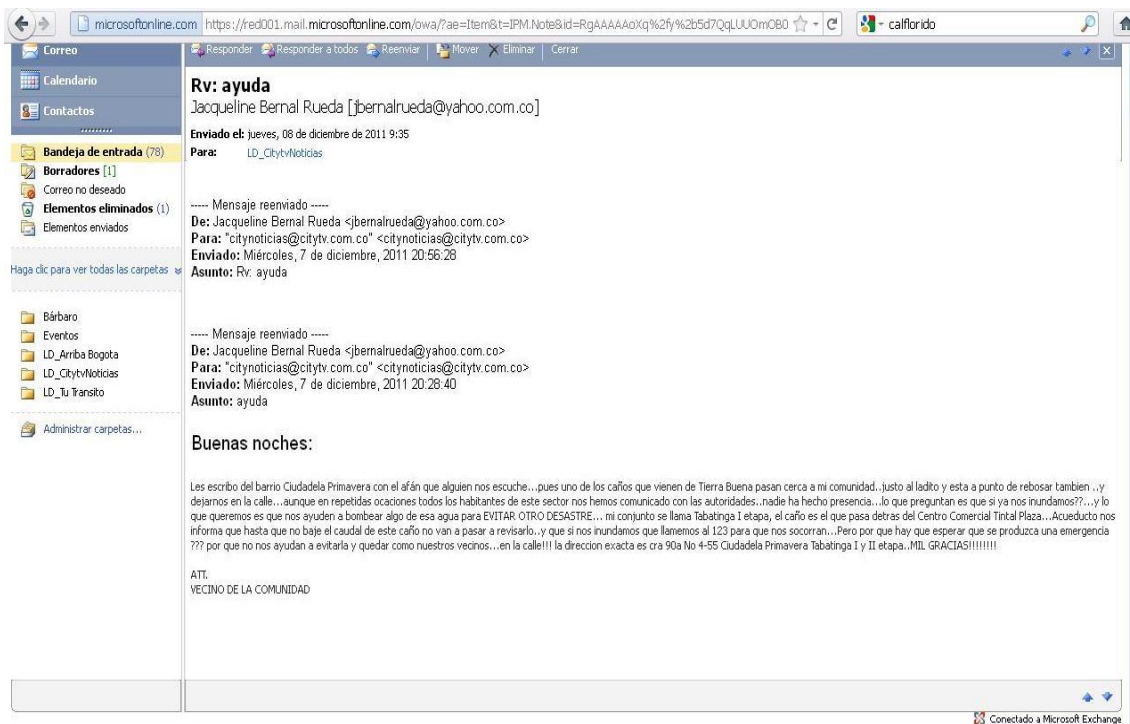


Figura 15. Denuncia en correo electrónico LD_CitytvNoticias



Figura 16. Denuncia en correo electrónico LD_CitytvNoticias



Foto 1. Denuncia: Inundación en el Barrio Santafé



Foto 2- 3- 4. Denuncia: Inundación en el Barrio Santafé.

Fotografías enviadas por Diego Fernando Yépez Suárez, del barrio Santafé de la Localidad de Bosa.

CONCLUSIONES

- La sociedad está aprendiendo a utilizar los diferentes medios de comunicación para notificar ante diarios, noticieros o emisoras, una irregularidad ante sus deberes o derechos por parte de entes de control.
- Los medios de comunicación, deben replantearse de acuerdo a las nuevas necesidades que demanda la audiencia por estos días.
- Los espacios dentro de los medios para la participación del ciudadano son una construcción conjunta.
- El papel del comunicador es ser puente entre el medio de comunicación y la sociedad para que su ayuda sea fructífera, más no quien va a resolver cada uno de estos problemas.
- El papel del comunicador en la actualidad corresponde a ser polifacético, no puede quedarse en un solo plano ya que los medios requieren pro actividad de las personas que conforman su organización para cumplir con las expectativas que demanda la audiencia de hoy, no basta con informar.
- Es importante que tanto el medio como el periodista siga explorando y aprovechando nuevos recursos, para satisfacer las necesidades de la sociedad cambiante, que está tomando la decisión de participar en la construcción de la noticia.

RECOMENDACIONES

- Universidad

Se debe buscar otra forma de hacer el informe o proyecto de práctica, aunque es un punto importante para la formación del estudiante porque deja evidenciar ante la empresa sus conocimientos, no se presta para que se haga con todas las ganas e importancia, debido a los horarios laborales, contando el practicante con un corto tiempo para la realización del mismo, fallando en realizar un buen trabajo.

- Empresa

Es importante que se siga implementando el proyecto, ya que identificó y solucionó las falencias que tenía anteriormente. Además como recomendación personal del realizador del proyecto tanto como por la productora Silvia Alejandra Sánchez, el sistema de denuncias debe contar con un solo practicante asignado, para que se puede realizar una labor óptima y se le dé resultado a la mayoría de las denuncias, que sean trabajables, y que lleguen al canal a través de los diferentes medios de comunicación dispuestos para ello. Se solicita que el practicante tenga un turno intermedio.

REFERENCIAS

- CARRAZA HERRERA, Marina, Mársico V., Pelitti P. Informe: El rol del periodista audiovisual dentro de las rutinas de producción de los noticieros. 2008): *Questión*, Revista especializada en Periodismo y Comunicación. Vol. 1 No. 19. Universidad Nacional de La Plata (Argentina).
- DAZA HERNÁNDEZ, Gladys, Ortiz Charry G., Prada Penagos R., García Posada J. (2000): *Periodismo y ciudadanía*. Bogotá: Fundación Konrad Adenauer, octubre de 2000.
- MARTINCHUK, Ernesto y Mietta D. *Televisión para periodistas, un enfoque práctico*. Buenos Aires, Argentina. La Crujía. Ediciones, abril de 2002.
- MIRALLES CASTELLANOS, Ana María (S/F). *La construcción de lo público desde el periodismo cívico* [Documento en línea]. Disponible: http://www.infoamerica.org/documentos_word/rosen01.doc. [Consulta: 2007, Febrero 23].
- RODRIGO ALSINA, Miguel. (1993). *La construcción de la noticia*. Ediciones Paidós Ibérica S.A. Barcelona.

APÉNDICES

Entrevista a William Calderón, Jefe de Redacción

1. ¿Cuál es el papel que cumple City Noticias en la ciudad?

Suministrar información de buena calidad que sea útil para la sociedad. El esquema de City es un esquema de servicio a la comunidad, de información para la gente del barrio, por esa razón se tratan temas como el tránsito, la salud; problemas que afectan diariamente al ciudadano bogotano.

2. ¿Por qué vincular tanto al ciudadano en el noticiero?

Porque es un nicho que ha conquistado el canal, que no tienen otros medios de comunicación. Es la misión que ha tenido el canal desde que nació. Es importante el ciudadano porque el canal está hecho para eso, para que sientan cercanas sus necesidades, que incluso sientan que es un medio por el cual puedan conseguir cosas para su bienestar, para tener unas mejores vías, un mejor tráfico, ambiente, salud y seguridad y eso es lo que busca el canal que sea cercano al televidente. Incluso cuando se realizan las entrevistas quién tiene el micrófono es el ciudadano, porque es él, el dueño del canal, el que lo siente como propio.

3. ¿Cuáles son los aciertos y falencias del Sistema de Denuncias?

Es un suministro enorme que tiene el canal, del cual se sacan muchas de las noticias que se procesan y salen al aire en City tv. El acierto es enorme porque los ciudadanos día a día sufren problemas y ven cosas que nosotros no alcanzamos a ver, por eso hay un feedback permanente, ellos nos están enviando permanentemente información y de ahí hay noticias que son procesadas por los reporteros. La falencia es que no podemos procesar por

completo la información que nos llega, ya que es demasiada, necesitaríamos una redacción más grande para poder procesar esa información o una unidad de trabajo dedicada solo a procesar esa información, que la cuantifique, califique y valore y determine que es importante procesar y eso no se tiene porque el canal no tiene la cantidad de gente que se requiere para eso.

4. ¿Cuáles son las características para que las denuncias sean trabajadas?

Primero, que tenga un impacto social grande, que aunque lo que se denuncie sea particular, se refleje en toda la sociedad. Entonces cuando se trabaja la denuncia y se emite, la gente dice eso también sucede en mi localidad o barrio de esta manera se vuelve una denuncia que refleja a toda la sociedad partiendo de un hecho particular y segundo que hayan elementos suficientes para procesar la información, como testimonios, videos y fuentes.

5. ¿City Noticias responde con efectividad las denuncias ciudadanas?

Si, responde con efectividad en la medida en que se pueda trabajar. En City el ciudadano encuentra un eco, lo que no pasa en otros canales donde es más difícil acceder por el cúmulo de información y por su mismo enfoque, por eso en City ciudadano que llega con una denuncia que sea importante, que tenga impacto social, que sea verificable y seria inmediatamente se convierte en noticia.

6. ¿Cuál es la campaña de denuncia que mejor ha funcionado?

Funcionan mucho las que tienen que ver con la calidad de vida del ciudadano, como las denuncias sobre el tema de basuras, algo que atormenta permanentemente al ciudadano, salir a la puerta de su casa y ver al frente un botadero de escombros, de bolsas rotas por los perros, eso daña su calidad de vida, afecta su estatus, desvaloriza la zona en la que vive, es algo que le afecta mucho. También la seguridad y el tema del transporte público y la movilidad en Bogotá.

7. ¿Funciona de forma acertado el formato para recibir las denuncias que se encuentra en el INEWS?

Hay que mejorarlo. Lo que he observado creo que habría que tabularlo de una manera que todo el mundo sepa qué se está trabajando, qué se procesó, en qué estado van ciertas denuncias y eso el formato no lo permite. Mucha de esa información está en manos de los reporteros que trabajan la denuncia y no se sabe. Lo que se ha logrado en los últimos meses es que cada reportero envíe un correo a toda la redacción para informar que está trabajando una denuncia y en el estado en que va. Debería existir un programa que permita observar en qué estado está la denuncia, qué se ha adelantado, quién la está trabajando, que testimonios se han conseguido, que videos e imágenes hay, cuales son los contactos y el punto en el que se encuentra el desarrollo de la información para quien entre pueda saber el estado en el que se encuentra.

8. ¿Cuál es el sentir de la gente por City Noticias?

La gente quiere al noticiero, lo siente su canal, no ve al canal como algo lejano al que no pueden pertenecer, donde periodistas y presentadores son gente famosa que tienen una vida distinta al común, que están en un pedestal o son intocables. La gente ve su canal como su pertenencia, lo ve como si fuera su iglesia, su colegio, el policía de la esquina, lo ve cercano, ve a los periodistas como gente propia que pueden hablar con ellos como si fueran sus amigos contándoles las cosas para que se preocupen por ellos, entonces creo que la sensación es de cercanía.

Entrevista William Suárez, Productor

1. ¿Por qué funciona acertadamente el formato de denuncias de City Noticias?

La importancia de vincular al ciudadano en el noticiero, es porque es un noticiero local básicamente, en el cual la prioridad es el ciudadano como tal y todas las cosas que le puedan afectar. A nosotros nos interesa alimentarnos de la noticia como tal, de los hechos de las diferentes localidades, de las zonas en donde atracan en determinado barrio, esas son las noticias que nos alimentan como noticiero local y las cuales si la persona ve que le afecta a su barrio o localidad y ve que tiene eco que es un noticiero donde si le colocan cuidado, entonces por eso es que se hace de esa forma. Denuncias que no toman los otros canales nacionales y que a nosotros nos queda falta de tiempo para tomar y publicar todas las denuncias que nos llegan de los ciudadanos.

2. ¿Cuál ha sido la campaña más efectiva?

La campaña que ha tenido más éxito y ha perdurado al menos durante estos dos años ha sido 'Reportero ciudadano', porque es algo que el mismo habitante del barrio o peatón denuncia, son la voz del mismo noticiero. A estas denuncias se les hace una preproducción revisando si son o no viables. La campaña lleva año y medio, se toma la decisión de crearla porque se quería ver reflejada a la gente, que ellos mismo fueran quienes denuncien sus hechos, ya que aunque el periodista vaya a la comunidad en la mayoría de ocasiones no alcanza a ver todo lo que vive diariamente dicha comunidad, entonces se hace más vivencial que sean las personas quienes denuncien y nosotros seamos una voz para llegarle a las autoridades.

3. ¿Cuál es el sentir de los ciudadanos por City Noticias?

El sentir de los ciudadanos por City, es de correspondencia, cercanía de identificación, ellos han notado que ayudamos a resolver la mayoría de denuncias, que hablamos con entes de control y que cumplimos con esa labor social de ayudar a la comunidad.

4. ¿Cómo se deberían manejar las denuncias recibidas en el INEWS?

El INEWS es un formato para incorporarlas y tenerlas ahí y clasificarlas, pero a estas se les debe hacer un seguimiento, filtrar las denuncias y dependiendo de lo llamativa y viable se trabaja. Recopilarlas es muy importante para que no se pierdan o queden en una simple llamada o nota en un papel y luego se pierde el contacto. Muchas de ellas han sido buenas notas para tratar en el noticiero.

5. ¿Cuáles son las características que debe tener la denuncia para que sea trabajada?

Lo más importante es que colocada la denuncia se deben verificar ambas partes tanto la del denunciante como la del denunciado.

6. ¿Cuáles son las falencias que presenta el sistema de denuncias y el formato existente?

Primero que no se toma nota atenta de la llamada hecha por el ciudadano o en el peor caso no se le presta atención. Segundo que la mayoría de denuncias recibidas con casos particulares como falta de empleo o desalojos, casos en los que no se puede ayudar al ciudadano, por esto no se le da eco con directores de emisión y redacción, ya si llega a pasar un siniestro ahí si como noticiero cubrimos la noticia.

Entrevista a Nicolás Hernández, periodista encargado campaña 'Reportero Ciudadano'.

1. ¿Cuándo y por qué nace la campaña 'Reportero Ciudadano'?

Reportero Ciudadano nació aproximadamente dos años y la idea es que la misma gente fuera quien hiciera las denuncias en televisión.

2. ¿Por qué lo asignan a usted para el desarrollo de la campaña?

Necesitaban a un periodista que coordinara todo el tema de denuncias, porque si bien es la gente que sale con el micrófono pero siempre deben estar asesorados por un periodista, entonces la idea es que el periodista seleccione las denuncias, asesore a la gente y sea el encargado de darle respuesta a la denuncia.

3. ¿Cuáles son las características que deben tener las denuncias para ser trabajadas y emitidas por Reportero Ciudadano?

La característica principal es que sean problemas que afecten a la comunidad, problemas que afecten a la gente en la vida cotidiana, a la gente de a pie, a la abuelita, el señor de la panadería. Todas las denuncias deben tener pruebas, ya nosotros nos encargamos de hablar con las autoridades y tratar de darle solución a la denuncia.

4. ¿Cuántas denuncias se reciben al día?

Entre las denuncias recibidas telefónicamente, por correo electrónico o cartas físicas más o menos 50 diarias.

Entrevista a Andrés Zambrano, periodista encargado de la campaña 'Que no le pase a usted'.

1. ¿Cómo y cuándo nace la campaña 'Que no le pase a usted'?

La campaña nace con la transición que hubo en City Tv de los nuevos jefes tanto de emisión como de redacción, más o menos en septiembre, para brindarle mayor participación a la comunidad para que denuncie los hechos de inseguridad de los que ha sido víctima. Entonces se sale a la calle y se le pregunta a la gente en qué situación se ha visto involucrada.

2. ¿Por qué 'Que no le pase a usted'?

La campaña se trata de que con las experiencias que ha vivido la gente, que quién los escuche aprenda de estas situaciones o tomen conciencia.

3. ¿Por qué lo asignan a usted para el desarrollo de la campaña?

Básicamente porque soy el periodista de orden público y de temas judiciales en el día, así que era el indicado para darle el manejo a estas historias, siendo yo el que busca los testimonios y semanalmente sacando un mapa donde se evidencian los sectores con mayor inseguridad.

4. ¿Cuál es el objetivo de la campaña?

El objetivo es con los testimonios advertir a la gente para que tenga cuidado y 'no dé papaya' para que no sea víctima de estos hechos. Semanalmente con el mapa lo que se pretende es que cuando se llegue a 100 denuncias, ir a la policía y hacer una toma de localidad. Hasta el momento van 57 denuncias recibidas.

5. ¿Cuántas denuncias se reciben al día?

Nosotros salimos a realizar 5 denuncias al día, a parte de las múltiples que llegan al canal, que diariamente son entre 15 o 20. Lo importante es que nosotros no esperamos que la gente nos llame, salimos a la calle a buscar testimonios para que me cuenten donde la robaron, qué le hicieron o cómo lo sorprendieron.