

**PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN PERIODÍSTICA EN EL
PROGRAMA DE OPINIÓN ZOOM A LA NOTICIA, DE NTN24**

**ANDREA VALENCIA
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA
TRABAJO DE GRADO – MODALIDAD PASANTÍA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
BUCARAMANGA
2011**

**PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN PERIODÍSTICA EN EL
PROGRAMA DE OPINIÓN ZOOM A LA NOTICIA, DE NTN24**

**ANDREA VALENCIA
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA
TRABAJO DE GRADO – MODALIDAD PASANTÍA**

**EVALUADOR
HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
BUCARAMANGA
2011**

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

AGRADECIMIENTOS

A Hassan, por su incondicional apoyo y su permanente acompañamiento.
Grandes enseñanzas.

A todo el equipo de Zoom a la Noticia, maravillosos colegas y compañeros de trabajo.

A mis negritos por su apoyo y a mi familia por la paciencia.

Y especialmente a AAO, sin él, no hubiese sido posible.

CONTENIDO

	Pág
RESUMEN	8
GLOSARIO	10
INTRODUCCIÓN	11
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	13
1.1 <i>Canal RCN</i>	13
1.2 <i>NTN24</i>	15
1.3 <i>Misión, visión y valores</i>	17
2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	20
2.1 <i>Estructura NTN24</i>	20
2.2 <i>Estructura Zoom a la Noticia</i>	22
3. REFERENTE CONCEPTUAL	23
4. OBJETIVOS	38
5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	39
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
BIBLIOGRAFIA	46

ANEXOS

- Anexo A. Continuidad / Libreto programa Zoom a la Noticia, Canal NTN24.
- Anexo B. Glosario
- Anexo C. DVD con un programa emitido al aire, de Zoom a la Noticia.

LISTA DE FIGURAS

		Pág
Figura 1	Estructura organizacional canal NTN24	20
Figura 2	Estructura organizacional, programa Zoom a la Noticia.	23

TITULO: PRODUCCIÓN Y REALIZACIÓN PERIODÍSTICA EN EL PROGRAMA DE OPINIÓN ZOOM A LA NOTICIA, DE NTN24

AUTOR: ANDREA VALENCIA

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

RESUMEN

El presente trabajo de grado es una recopilación de experiencias en la labor en medios masivos de comunicación con cobertura de temas internacionales, en un programa de opinión. A la luz del análisis de teorías y conceptos relacionados con la opinión pública, el periodismo de opinión, los formatos editoriales y la ética periodística, el presente informe plantea una discusión sobre las lógicas de programas como Zoom a la Noticia del canal NTN24, con un formato de debate sobre temas de actualidad global, que resultan en la generación de un campo de disputa de posiciones políticas distintas que forman opinión pública. Durante el informe se reconocerán los postulados académicos que acreditan la importancia de estos programas, y a partir del relato de la dinámica que facilita la producción de Zoom a la Noticia se dibujará un espectro sobre la vital importancia del trabajo periodístico. Este trabajo resalta las características del trabajo en equipo para la realización del programa, los criterios que acompañan su elaboración diaria, las formas de selección de la agenda (a la luz de la teoría de la Agenda Setting) que será objeto de debate y los pasos que hay desde la decisión del tema, hasta la emisión y conclusión del producto comunicativo. En ningún momento el presente documento pretende ser un manual para la realización de programas de opinión, sin embargo puede significar un aporte al momento de pensar en la elaboración de contenidos que busquen efectos mayores en las audiencias, porque considera permanentemente principios de responsabilidad, veracidad, equilibrio y profundidad, que logra ponderar con las reglas editoriales de una empresa con evidentes pretensiones corporativas.

PALABRAS CLAVES: PRODUCCIÓN, NOTICIAS, OPINIÓN, AGENDA, INTERNACIONALES

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL DISSERTATION SUMMARY

TITLE: JOURNALISTIC PRODUCTION AND BROADCASTING OF THE OPINION SHOW “ZOOM A LA NOTICIA” ON NTN24 – INTERNATIONAL NEWS CHANNEL

AUTHOR: ANDREA VALENCIA

FACULTY: Social Communications

SUPERVISOR: HECTOR MAURICIO GOMEZ MORA

SUMMARY

The following dissertation is a compilation of experiences acquired whilst working in the mass media sector, on an opinion tv show, covering an array of international topics. In light of the analysis of theories and concepts related to the public opinion, opinion journalism, editorial formats and journalistic ethics, this report presents a discussion about the objectives and logic of shows like “Zoom a la Noticia” on ntn24 news channel, with a debate format about topics of current interest around the globe, which often generate an exchange of confronted political views, contributing to the formation of a public opinion.

Throughout this report, the theoretical principles accrediting the importance of this type of shows will be acknowledged, underlying the vital relevance the journalistic work takes, from the perspective of the dynamism facilitated by the production of “Zoom A la Noticia”.

This report also highlights the importance of teamwork in the making of the show, the criteria taken into account for its daily broadcasting, the selection process of the agenda which will be object of debate (in light of the agenda setting theory) and the necessary steps which need to take place from the selection of the day’s topic to the broadcasting and ending of the communication product. Although it is clear this document does not provide the reader with all the guidelines in order to successfully make and broadcast an opinion show, it can, however, provide helpful insights when it comes to thinking about the production of contents which aim to create a bigger impact on the audience. This is due to the fact it takes into account the principles of responsibility, truthfulness, balance and depth, all of which praise the editorial rules of a company with evident corporate pretensions.

KEYWORDS: PRODUCTION, NEWS, OPINION, AGENDA, INTERNATIONAL.

INTRODUCCIÓN

El trabajo del periodista, cuando se enfrenta a un medio de comunicación de cobertura masiva, siempre significa un reto profesional y personal. En medio de la coyuntura económica global y las lógicas de la competencia, el comunicador social está siempre condicionado a cumplir con parámetros de calidad, competitividad, eficiencia y eficacia, además de los básicos de responsabilidad y precisión como productor y emisor de contenidos. Otra carga que añade compromiso es cuando su labor no se limita al campo informativo, sino que cuenta con un valor agregado: generar opinión. Este es uno de los factores clave en la realización periodística; pero la opinión y el análisis de los hechos de la agenda mundial hacen que el público, muchas veces experto también, sea merecedor de un mayor nivel de calidad, precisión y responsabilidad en la información emitida. Aún es mayor la carga cuando el medio o canal es emisor audiovisual, pues la imagen y el sonido pueden proporcionar más agrado o rechazo por parte del consumidor. Finalmente añade más peso cuando el espectro que cubre la señal de dicho medio audiovisual traspasa fronteras y tiene cobertura internacional, porque ya es difícil sortear las preferencias culturales de todas las regiones a lo largo de un continente, entre su explícita diferencia y creencia, que debe ser, de una u otra forma, abarcada por el periodista que quiere atrapar a tan plural y masivo público en su target de mercado del canal internacional.

Si bien la academia genera pautas que son de valiosa importancia cuando el individuo se enfrenta al mundo laboral, muchos de los conocimientos son adquiridos en la experiencia que exige saber sortear los acervos teóricos con el quehacer diario. Los lenguajes, los ritmos de trabajo, las relaciones interpersonales y el trabajo en equipo con elementos que difícilmente están en manuales académicos y que exigen un avance en la formación

profesional para ejecutar lo aprehendido en la Universidad: la producción de contenidos de calidad.

Zoom a la Noticia es uno de los programas más importantes de la parrilla de programación de NTN24, un naciente proyecto de canal de noticias para el continente americano con emisión las 24 horas de productos informativos y de opinión, perteneciente a la empresa colombiana RCN televisión. Zoom sale al aire a las 9 p.m, en el *prime time* del canal, y con La Noche (programa de la directora de NTN24, Claudia Gurissati) son los dos programas de debate y opinión más importantes y más vistos, según los permanentes reportes de rating. Zoom a la Noticia tiene una duración de 1 hora y es emitido de lunes a viernes.

Luego de hacer un completo contexto del escenario donde se desarrolla esta práctica profesional y plantear los conceptos teóricos que acompañaron el desarrollo de la misma, serán detalladas las experiencias laborales dentro del programa y las conclusiones del cierre del proceso formativo profesional. El informe será permanentemente descriptivo, pues profundizara en las características que acreditan la formación profesional del periodista y algunos de los retos que comúnmente enfrenta en una compañía.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

1.1 CANAL RCN

El Canal RCN (RCN Televisión S.A) es un medio de comunicación de Colombia propiedad de la organización Ardila Lülle, un conglomerado empresarial que incluye compañías de alimentos, bebidas, textiles, entidades financieras, entre otros. El Canal RCN está ubicado en Bogotá (Colombia) en la Avenida de las Américas N° 65-82. Su sede es propia y cuenta con 13 estudios de grabación, que en infraestructura y espacio significa 24.000 m².¹

Según la página de la Organización Ardila Lülle, el gestor y fundador de la organización es Carlos Ardila Lülle, un ingeniero civil egresado de la Facultad de Minas de la Universidad Nacional de Colombia, seccional Medellín. En la página se explica que “el crecimiento de la OAL (Organización Ardila Lülle) ha sido acelerado y cada una de las empresas ha logrado un indiscutible liderazgo en su respectiva actividad. La OAL está conformada por un conjunto de empresas dedicadas a la producción, transformación y comercialización de bienes y servicios, que le permiten participar con decisión en el desarrollo y el progreso del país”².

El origen de la empresa de televisión tiene que ver con la radio. RCN (Radio Cadena Nacional), participó en una licitación para la televisión en 1967, y logró una hora de programación diaria³. En 1973 la Radio Cadena Nacional es adquirida por Carlos Ardila Lulle. En 1988 RCN Televisión entra a ser parte de la organización OTI de Colombia y empieza a transmitir juegos olímpicos y los mundiales de fútbol.

¹ CANAL RCN. Quienes Somos. [Videograbación on line]. Disponible en <http://www.canalrcnmsn.com/quienessomos>

² CANAL RCN. Sector Comunicaciones, OAL. [ON LINE]. Bogotá, Colombia [Citado el 15 de junio de 2011]. Disponible en <http://www.canalrcn.com/quienesSomos/oal/#SectorComunicaciones>

³ CANAL RCN, quienes somos, sección historia [ON LINE]. Bogotá, Colombia [Citado el 15 de junio de 2011]. Disponible en <http://www.canalrcnmsn.com/quienessomos>

Años más tarde en 1997, RCN Televisión fue la programadora que obtuvo mayor número de horas para transmisión de contenidos. En 1998 logró acceder por medio de licitación a uno de los dos canales privados de orden nacional que se ofertaron, logrando al final del 2009, renovar por diez años más dicha adjudicación.

Desde el inicio, el Canal RCN emitió programas que cautivaron a la mayoría de la audiencia colombiana, con producciones como Café, La Potra Zaina, Guajira y Las Juanas.

La Ley 182 de Televisión de 1995, permitió el montaje y operación de canales nacionales privados. En 1997, se inició el proceso de organización y estructuración del Canal RCN. El 10 de junio de 1998 fue realizada la primera emisión televisiva del canal como programadora privada.

Para el 2007, al cumplir ocho años de su funcionamiento como canal privado, la señal de RCN lograba abarcar el 92% del territorio nacional, mediante el apoyo de 114 estaciones repetidoras, que permitían cubrir 720 municipios del país. Así mismo, se utilizan los recursos de emisión y transmisión satelital.

Simultáneamente con la introducción de RCN Televisión como canal privado, se creó el Departamento de Producción de Comerciales, que presta sus servicios a las diferentes agencias de publicidad y clientes directos. La publicidad es el principal medio de sostenimiento del canal RCN.

RCN tiene la infraestructura capaz facilitar la emisión permanente de programas las 24 horas del día. En términos de servicios informativos, tiene la posibilidad de realizar transmisiones informativas en directo desde cualquier parte del país e incluso desde diferentes países en todo el mundo,

a través de remotos, satélites y transmisión por *FLY-AWAY* y en términos locales por micro-ondas.

Además el canal cuenta con cuatro unidades móviles, centros de recepción satelital y numerosos equipos de transporte que permiten la movilización de equipos periodísticos alrededor del país.

La programación del Canal RCN, cuenta con espacios de entretenimiento y variedades y contenidos informativos y de opinión. La franja informativa de RCN Televisión, está constituida por cuatro emisiones diarias de noticias. En su franja de Opinión, el Canal RCN ha identificado el espacio denominado “G-11”, en el que actualmente se emiten dos programas: Claramente: programa de entrevista que realiza la directora de Noticias RCN Clara Elvira Ospina, y La Noche, que es un formato que inició en el Canal RCN dirigido por Claudia Gurizatti, y que ahora es también del canal NTN24.

1.2 NTN24 (Nuestra Tele Noticias, 24 horas)

Nuestra Tele Noticias 24 Horas (NTN24), es un canal internacional de noticias propiedad de RCN Televisión que emite las 24 horas del día para Sudamérica, Centroamérica, México, las Islas del Caribe e hispanohablantes en Estados Unidos.

El 3 de noviembre de 2008 fue la primera emisión de NTN24. Bajo la dirección de Claudia Gurisatti, el canal tuvo sede en las instalaciones de los servicios informativos del canal RCN, es decir, junto a Noticias RCN. En principio la infraestructura estuvo reducida en espacio y tecnología, pero con el tiempo hasta la actualidad, el canal internacional 24 horas de RCN

Televisión cuenta con más de 15 salas de edición no lineal, con el sistema Avid, con la facilidad de incluir efectos de sonido y video con pre visualización en tiempo real.

NTN24 funciona en un amplio estudio que tiene una sala de redacción con más de 100 computadores disponibles para los periodistas de los 20 programas que emite el canal, más los redactores que permanentemente actualizan la página de internet www.ntn24.com.

En Bogotá, sede del Centro Internacional de Noticias de NTN24, la entidad cuenta con un centro de recepción satelital o dependencia de “Contribuciones”, donde llegan las señales de cualquier remoto directo desde cualquier parte del mundo. Ahí también llegan los despachos de las agencias internacionales que alimentan con video y sonido los bancos de contenidos con los que se emiten las informaciones diarias. A NTN24 le envían cables de video la agencia inglesa Reuters y la norteamericana AP. Además las agencias EFE y AFP envían contenidos escritos y permiten el acceso a sus archivos de imágenes.

La emisión de programas es en su mayoría en vivo y en directo. El canal está capacitado para hacer transmisiones de informaciones extraordinarias y también que se prolongan largos periodos de tiempo debido a su importancia. Para esto, el canal cuenta con un máster de emisión propio y el apoyo en varias ocasiones del máster de emisión de Noticias RCN.

1.3 Misión, visión y valores

La Oficina de Recursos Humanos del Canal RCN⁴ brindó la información sobre la misión, visión y valores institucionales, que por condiciones contractuales también cobijan a los funcionarios del canal NTN24.

Misión Organizacional

Con el mejor recurso humano en producir, programar y transmitir y comercializar productos de televisión de alta calidad, con el fin de entretener, informar y formar dentro de los más altos principios y valores nacionales de la Organización Ardila Lülle, para obtener la aceptación del televidente, del anunciante y de la justa rentabilidad para los accionistas.

Visión Organizacional

Ser los primeros de la industria de la TV en Colombia y participar liderando los demás servicios y actividades de las telecomunicaciones en América Latina.

Decálogo De Valores De RCN Televisión:

En la actualidad en el Canal RCN Televisión, se ha establecido y rige un Decálogo de Valores, que son los que orientan la labor organizacional de las directivas, funcionarios, empleados y colaboradores al servicio de la institución, en procura de cumplir con la Misión y Visión institucional. Estos son:

⁴ ROBLEDO, Marcela. Dirección de Recursos Humanos, Canal RCN. Bogotá, Colombia. entrevista, 2011.

I – LOS RECURSOS HUMANOS.

Para RCN TV éstos son el activo máspreciado pues ellos son la esencia misma de la televisión.

II – LA HONESTIDAD.

En RCN TV se juega limpio, la honradez es nuestra norma.

III – LA LEALTAD.

En RCN T.V. Significa estar siempre juntos trabajadores y empresa.

IV- LA MISTICA.

En RCN T.V. el espíritu de pertenencia y entrega de todos a la Empresa se manifiesta en “Sudar siempre la camiseta”.

V- EL RESPETO

RCN T.V. respeta al televidente, a sus clientes, a su competencia, a sus proveedores, a sus empleados y recíprocamente exige el respeto de todos.

VI – LA CREATIVIDAD.

Para RCN TV no hay televisión de calidad sin creatividad e innovación.

VII – LA CALIDAD:

En RCN T.V. la calidad es responsabilidad de todos y significa hacer las cosas bien siempre.

VIII- LA PRODUCTIVIDAD.

Para RCN T.V. producir más y mejor es compromiso de todos y garantía de permanencia y crecimiento.

IX – LO NACIONAL Y LO SOCIAL

Las producciones de RCN T.V. tienen sus raíces en la sociedad Colombiana, sus valores y costumbres.

X LA RENTABILIDAD.

Para RCN T.V. la rentabilidad es la justa retribución del trabajo productivo de todos y ésta es fundamental para el cumplimiento de su MISIÓN.

2. Estructura Organizacional

2.1 Canal NTN24

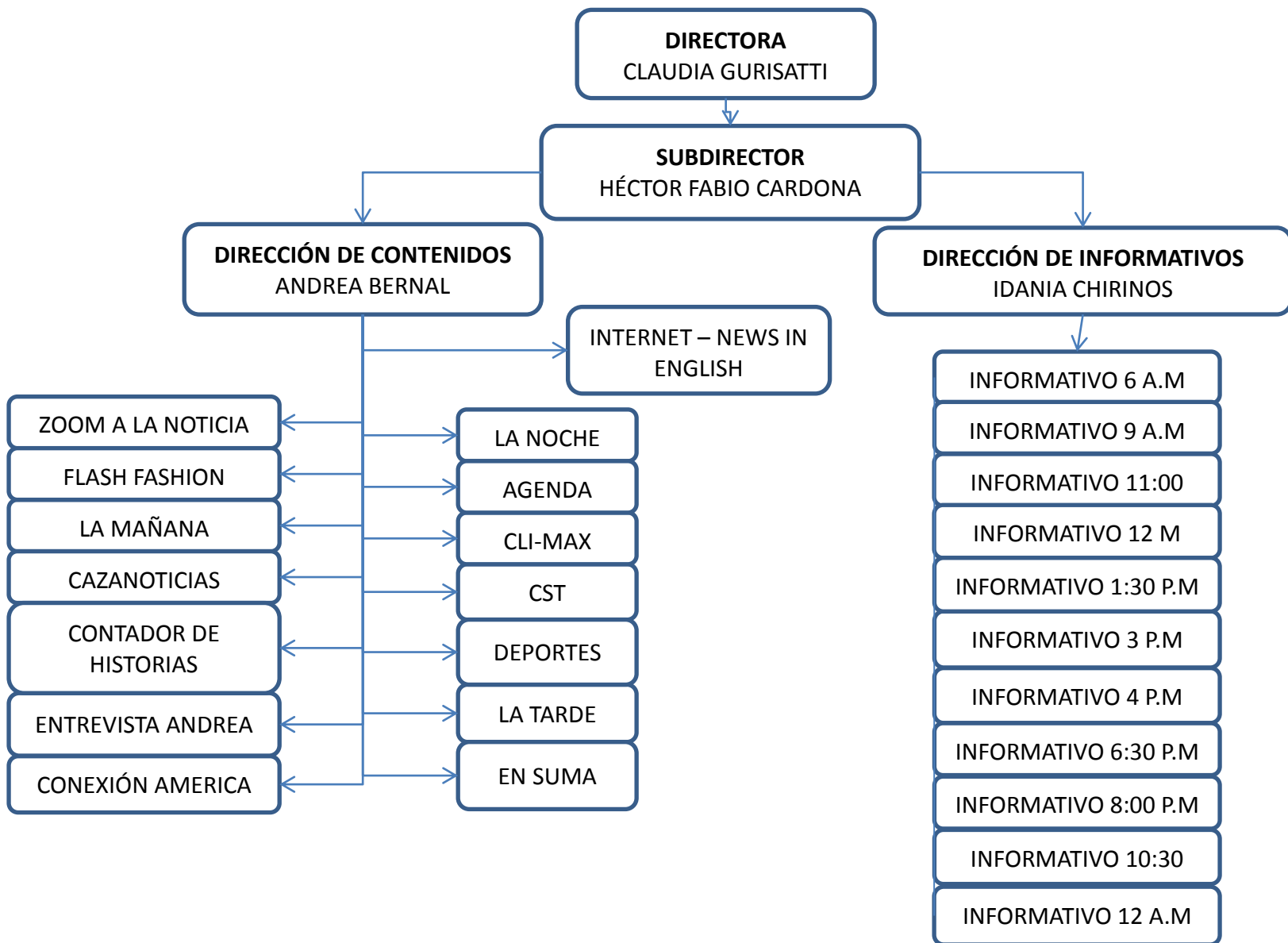
El Canal NTN24 es una organización dependiente del Canal RCN pero con la capacidad auto administrativa de un medio autónomo. Administrativamente hay numerosas relaciones con la dirección de RCN Televisión, en especial en las condiciones contractuales de los empleados, pagos de nómina, ocupación de una sede, utilización de recursos tecnológicos y otras decisiones de carácter empresarial. La dirección del canal NTN24 está en mano de Claudia Gurisatti, periodista colombiana que tiene también vinculación con Noticias RCN y con el canal a través del programa La Noche, que se emite en la programadora nacional.

NTN24 tiene dependencia con el Canal RCN en los departamentos de sistemas, tráfico, archivo, recursos humanos y seguridad. Sin embargo tiene su propia constitución directiva con jefes de contenidos, asesores administrativos y departamento propio de logística.

Luego de la directora general del canal, hay también un sub director y un director de contenidos, que se encarga de la vigilancia de los productos que son emitidos al aire por los diferentes programas, excepto el Informativo que tiene su propio administrador de contenidos.

Cada programa tiene un director a cargo de un equipo periodístico. El programa suele ser autónomo para la emisión de contenidos, pero siempre hay supervisión del director de contenidos, que es su superior según conducto regular. También hay intervención del sub-director del canal en la producción de los programas que salen al aire, en especial los Informativos.

Figura 1. Estructura organizacional canal NTN24



Fuente: Dirección canal NTN24 S.A.S

2.2 ZOOM A LA NOTICIA

“Los más reconocidos columnistas y corresponsales de América Latina y el mundo tendrán su asiento diario para acercar las noticias más importantes del día”⁵. Así se define en el sitio web del Canal el programa Zoom a la Noticia. Básicamente habla de un formato de expertos, comentaristas, analistas y periodistas que hablarán, debatirán, controvertirán, analizarán y expondrán argumentos y opiniones sobre un tema noticioso de la agenda internacional, en especial sobre política.

El formato del programa tiene el esqueleto básico de los productos de debate y opinión: presentación del tema, momentos de debate, conclusiones. Consiste en la reunión de un número de panelistas (varía entre 2 y 6, según el programa), que tienen posiciones contrarias sobre un hecho. El *opening* del programa utiliza un *titular gancho*, en el que el presentador y director expone el tema de debate de tal forma que desde ese punto ya haya posiciones divergentes. En seguida hay presentación de invitador, donde el sujeto invitado es presentado a la audiencia como el más pertinente panelista para el tema que se está debatiendo. Luego inician los debates a partir de preguntas que hace el presentador; durante varios espacios son presentadas notas o declaraciones de fuentes primarias que también tienen el objetivo de generar debate.

El programa tiene una duración de 60 minutos, con 3 bloques de comerciales y dos temas de debate. El primero debe ser el más importante, la noticia que más pueda generar polémica. El segundo, no menos importante, tiene duración al aire de cerca de 20 minutos. En ocasiones el programa sólo

⁵ CANAL NTN24, sección programas, sub-sección Zoom a la Noticia [ON LINE]. Bogotá, Colombia [Citado el 16 de junio de 2011]. Disponible en <http://www.ntn24.com/programa/zoom-la-noticia>

abarca un tema, según su trascendencia, que incluso llega a extenderse más de un día, pero siempre con analistas y aristas (puntos de debate) diferentes.

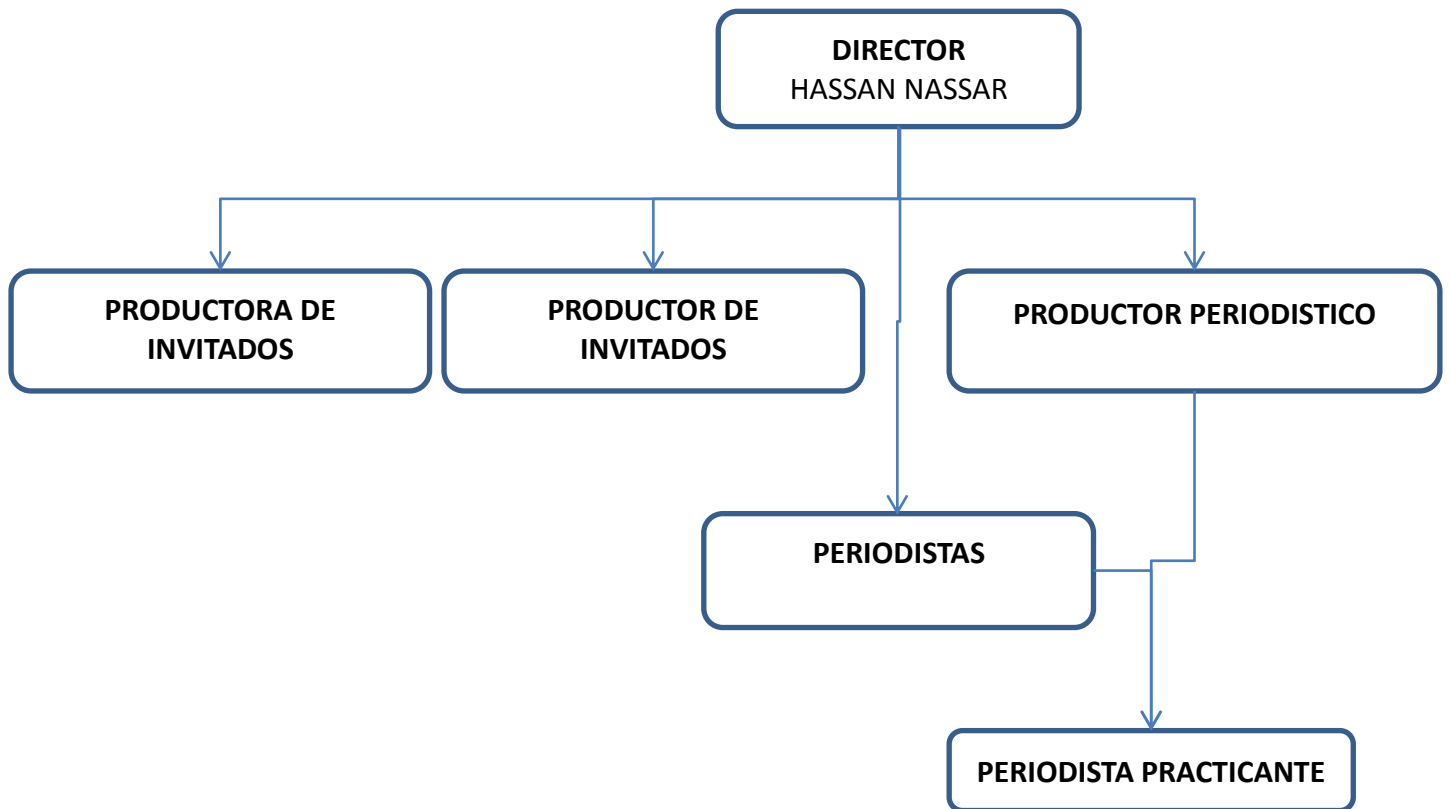
El equipo es dirigido por Hassam Nassar, profesional en Ciencias Políticas con énfasis en Comunicaciones del Emerson College de Boston, de Estados Unidos. Bajo su cargo está todo el equipo, que con él suman 7 personas.

Un productor periodístico que se encarga del montaje de la estructura del programa de la coordinación en todos los contenidos periodísticos que se van a emitir. Bajo la dirección de Hassam Nassar también están los productores de invitados (2). En Zoom a la Noticia, los productores de invitados son los encargados de conseguir a los personajes, analistas y expertos que estarán en el debate, lo cual significa la columna vertebral del programa.

La estructura organizativa de Zoom es también conformada por 2 periodistas, responsables de realizar notas, montar visualmente el programa, investigar los temas, hacer entrevistas, entre otras tareas que surgen en medio de la producción. Finalmente el equipo es apoyado por un periodista practicante, que la mayoría de veces sirve de soporte al trabajo de los periodistas, en especial en el montaje visual (búsqueda de imágenes) y realización periodística (redacción de notas).

En general el director del programa es el jefe directo de todos los periodistas, sin embargo el productor periodístico es el primer filtro en la evaluación de los contenidos producidos, además él es apoyo en la producción de invitados, pues debe decidir con el director si los personajes en principio seleccionados cumplen con criterios como su cercana relación con la noticia, una hoja de vida acertada para el debate, y en general que haya equilibrio, es decir, personajes a favor y personajes en contra de la tesis.

Figura 2. Estructura organizacional, programa Zoom a la Noticia.



Fuente: Dirección canal NTN24 S.A.S

3. Referente Conceptual

La vida académica no puede desligarse del ejercicio profesional, pues es sabido que la formación dentro de las aulas siempre sirve de base para la construcción del sujeto laboral, competitivo, que tiene un conocimiento que le hace apto para el desarrollo de determinadas actividades, que le permite ocupar un perfil que una compañía o entidad está buscando para satisfacer sus necesidades productivas.

A continuación quiero relacionar aquellas teorías de la Comunicación que han acompañado mi ejercicio profesional o que de una u otra forma atraviesan la dinámica del contexto en el que me desempeño.

Periodismo en Televisión

La televisión, el medio que revolucionó la segunda mitad del siglo XX. Ahora sigue acompañando a la humanidad a inicios del siglo XXI. Toda una industria cultural se teje alrededor de las imágenes y los sonidos que la televisión emite a millones de aparatos en todo el mundo. No hay duda que el consumo de medios siempre ve como líder a la televisión, en cualquier parte del mundo, a pesar de la ventaja que está logrando Internet y su convergencia mediática. Por dar un ejemplo, la televisión en Colombia es uno de los elementos de consumo cultural más importantes, según estudios de comunicación como el de Hernando Rojas y Eulalia Puig-i-Abril, quienes publicaron los resultados del estudio de Comunicación y Participación Política en Colombia, realizado en el 2006 en el que concluyeron que “la televisión se ha convertido en la principal fuente de noticias para los colombianos (...) en promedio la población en Colombia ve 3 horas y media de televisión todos los días, esto equivale a pasar 53 días del año viendo

televisión”⁶. No sólo esa cifra es importante para evidenciar el papel de la televisión en la formación de opinión pública, y de paso, la importancia del periodista de televisión.

Otro argumento a favor de la importancia que ha merecido el mundo de la imagen en la investigación académica está incluido en esta cita: “puesto que la televisión se ha convertido en el principal modo de consumir información, investigar qué tipo de representación de la realidad social se transmite a través de los programas informativos es un asunto de interés tanto para los académicos como para los profesionales de los medios”⁷.

Una de las características y también retos de la televisión es el trabajo con la imagen. La imagen y la información masticada hacen que el público la prefiera porque es fácil de digerir y goza de credibilidad en tanto lo que se dice, es lo que se está viendo. Así también lo explica José Luís Martínez⁸ en El Mensaje Informativo, donde dice que la comunicación audiovisual es la suma de elementos semióticos y lingüísticos que “hacen arte”. Así bien, lo que explica con respecto a la televisión, y es de sumar el cine, es que el valor del medio recae en el manejo de la imagen, el signo gráfico, en movimiento y con sonido, más el texto que se imprime, que muchas veces resulta innecesario. Incluso concluye Martínez que en la televisión debe haber un predominio de la imagen sobre el texto, y la noticia no va a ser el escrito del periodista sino el encuadre que muestra en cada hogar al sujeto o hecho en cuestión.

Otra característica que también se atribuye a la televisión es la agilidad que busca ganarle a la radio, que es por excelencia el medio de la inmediatez.

⁶ ROJAS, Hernando, & PUIG-I-ABRIL, Eulalia. Comunicación y Participación Política en Colombia. Bogotá: Publicaciones Externado, 2009.

⁷ HUMANES, Maria Luisa. ZER- Revista de Estudios de Comunicación [ON LINE]. [Citado el 16 de agosto de 2010], Disponible en <http://www.ehu.es/zer/zer11web/mhluisa.htm>

⁸ MARTÍNEZ ALBERTUS, José Luís. El Mensaje Informativo. Barcelona, España: R.I.G.S.A., 1977

Esa lucha es una forma de ganar el público que aún tienen las emisoras, pues éstas son empresas que no tienen complicaciones con la disposición de una infraestructura audiovisual para entregar la noticia. Sin embargo el reto mediático y la competencia en televisión ha exigido a los equipos humanos y técnicos ser capaces de desplegarse en escenarios de crisis con la mayor pertinencia y rapidez posible. La transmisión en directo es el fenómeno que cautiva a las audiencias pues ofrece una ventana que les permite ver la tragedia que sucede en ese momento, o la declaración que cambia la ruta del mundo. “Sin embargo, la inmediatez de la información choca con la necesidad de disponer de un tiempo determinado para completar una información televisiva y así ofrecer unos conocimientos fundados a esa población”⁹.

De esta forma empieza a generarse una división entre los formatos de la televisión. Es decir, algunos buscan entregar información con inmediatez, boletines no siempre elaborados que satisfacen una básica necesidad: saber qué pasa. Luego surgen otros formatos que pretenden profundizar en lo que ha sucedido y esperan satisfacer otra necesidad: Saber más y construir opinión.

Una definición escueta pero concreta del periodismo es la que da el periodista peruano Richard Rodríguez Rebollar, quien asegura, luego de dar algunos vistazos a la literatura sobre el oficio informativo, que “el periodismo es la captación y tratamiento escrito, oral, visual o gráfico de la información en cualquiera de sus formas y variedades. Es la forma de comunicación por excelencia de las organizaciones sociales. Su importancia consiste en que

⁹ MORENO, Pastora. El periodismo informativo en televisión: lenguaje, género y estilo. (U. d. Sevilla, Ed.) Estudios sobre el Mensaje Periodístico (9), 2003. p. 269.

contribuye al rápido desarrollo de las ideas”¹⁰. Así pues, podría decirse que el periodista es artesano de una masa (información) que a partir de su construcción sugiere la creación de un producto que, básicamente, será vendido. El periodista de opinión, en los programas con formato de debate, análisis o editorial, no pretender ser artesanos de noticias, ni tampoco (en la mayoría de los casos) moldeadores de opinión, pues los formatos básicamente buscan la presentación de ideas varias, que básicamente, también serán vendidas.

Periodismo de Opinión

Es importante iniciar con otra de las manifestaciones más importantes de definen el papel de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea, en medio de las lógicas de la globalización y el mercado. Los medios como empresas. Es interesante el ejemplo tomado en *El Impacto de los medios*¹¹, libro académico que habla de las empresas de contenidos de Estados Unidos, que son compañías que además de ofrecer entretenimiento, satisfacer la necesidad que el público tiene de informarse, influir en las formas de gobierno, y otras pretensiones que puedan atribuirse a los *mass media*, quizá lo más importante que hay que reconocer es que los medios buscan el lucro. Este principio es importante al momento de empezar a analizar las políticas que rigen la creación de un formato de opinión en un programa de cualquier medio, en este caso Zoom a la Noticia de NTN24.

Ahora bien, específicamente en el periodismo de opinión, es posible tomar una definición inicial de opinión como “creencias acerca de temas controvertidos o relacionados con la interpretación valorativa o el significado

¹⁰ RODRÍGUEZ, Richard. Sala de Prensa, Repasando las funciones elementales del periodismo. [ON LINE]. [Citado el 16 de junio de 2011] disponible en <http://www.saladeprensa.org/art764.htm>

¹¹ BIAGI, Shirley. Impacto de los Medios (Cuarta edición.). México: Thomson Editores, 1999. P. 20.

de ciertos hechos (...) una opinión no es, sin duda, algo tan cierto como una convicción, que se relaciona con el sentimiento”¹².

De esta forma estamos hablando de posiciones que el individuo obtiene sobre ciertos temas que estén en agenda, de los que se les ha preguntado o que sean advertidos por alguna discusión grupal o consumo mediático.

Cuando son temas públicos, son usualmente objeto de debate en programas en medios de comunicación masiva. Sin embargo no es prudente que las opiniones estén mezcladas con los contenidos informativos, y es por esto que existen franjas diferenciadas de debate, opinión y análisis, donde la audiencia sabe que no va a encontrar información, sino posiciones sobre esa información, y luego decidirá si asiente o disiente de lo expresado al aire.

El Periodismo de Opinión responde al concepto de que la opinión es una elaboración metodológica, que permite analizar en forma coherente y lógica los hechos que ocurren en la realidad circundante¹³. Es una nueva forma de relatar la imposibilidad de la promesa de imparcialidad en un programa de opinión. Hay evidentes cargas emotivas en las partes que incurren en un formato de debate como el de Zoom a la Noticia. Así pues se sabe que las opiniones, más si se trata de hechos sociales que están en desarrollo, no pueden llegar a ser conocimientos positivos, ni apreciaciones verídicas, sino posiciones construidas con cargas de valor, construidas a partir de contextos y que gozan de credibilidad según el argumento.

“La primera tarea de los medios como intérpretes consiste en permitirnos descifrar y comprender, por medio del lenguaje, la realidad de las cosas que han sucedido. La segunda tarea consiste en permitirnos hacernos cargo de

¹² CONSUEGRA, Jorge. Diccionario de periodismo, publicaciones y medios. Bogotá: ECOE EDICIONES, 2002. p.61.

¹³ RAMÍREZ, Olga. Responsabilidad del Periodista. Medellín: Biblioteca Jurídica DIKE, 2004. p. 75.

la significación que el hecho traducido a noticia puede tener”¹⁴.Lo anterior es una forma de explicar las lógicas de los programas de opinión que son productos de una empresa que no venden información sino creencias, posiciones, análisis sobre los hechos noticiosos.

Si entiende que esas franjas, por su característica editorial, se alejan de la objetividad e imparcialidad. En varios formatos, el director del programa editorializa, es decir, opina sobre el contenido noticioso, y en muchas ocasiones su voz es apropiada por las audiencias, lo que lo convierte en líder de opinión. “El fenómeno social de la información consiste como se ha dicho, en la interpretación completamente subjetiva del promotor, y la interpretación no menos subjetiva del receptor”¹⁵

Zoom a la Noticia no es un programa cuyo conductor editorialice. El presentador actúa como moderador, y son los invitados al programa quienes lanzan y barajan sus opiniones que son controvertidas, y en el público, fácilmente aceptadas o rechazadas. Una característica que sí tiene el programa es que el criterio para su realización es que exista cierto equilibrio en la mesa de debate, es decir, haya personajes neutros, igual número de personas de una tendencia y otro número de la tendencia contraria. De esta forma el debate creado es rico en diferencia. “Las personas amplían los horizontes de sus conocimientos e ideas mediante la exposición a los medios de comunicación colectivos”¹⁶, y agrega el autor que el hecho de la difusión de opiniones en medios de comunicación y aún más cuando hay opiniones mayoritarias, detona la posibilidad de obtener un valor de prestigio sobre el contenido.

¹⁴ GUTIÉRREZ PALACIO, Juan. Periodismo de Opinión. Madrid: Paranifo, 1984. p. 14.

¹⁵ Ibid., p.30.

¹⁶ SCHRAMM, Wilbur. Proceso y efectos de la comunicación colectiva. Quito: Ciespal, 1969. p. 152

Es la audiencia, no como masa, sino como sociedad civil, como sujetos con apreciaciones particulares y que pueden tener afinidad con otros sujetos y así formar grupos, quienes reciben el contenido emitido por cualquier formato de opinión. Los lenguajes, las formas visuales, la simple forma de vestir de un invitado, su hoja vida que es expuesta en un *wipe* cuando empieza a hablar en el debate, otorgan o restan credibilidad. Seguramente desde las casas las audiencias entran al debate, arraigan o debilitan sus posiciones, pero siempre hay una nueva formación de opinión.

Opinión Pública

Son muchas las teorías de la Opinión Pública. Posiciones desde el marxismo, los postulados liberales, las exposiciones de Jürgen Habermas, que de una u otra forma hablan de la existencia de tantas opiniones como individuos, que están en una lucha permanente por la legitimidad. El concepto proviene de la ilustración, y actualmente está más claro que uno de los factores que detona la formación de opinión es la prensa.

Los medios de comunicación que ejercen la triple función pública de informar, entretener y orientar, básicamente, expresan puntos de vista, comentan, critican, ensayan sobre los acontecimientos de índole colectiva: desde los deportes hasta la política exterior. Realizan muchas veces campañas a favor o en contra de algo, insisten en algunos temas más que en otros, guardan silencio en no pocos casos, agrandan o minimizan los acontecimientos¹⁷.

La anterior es una excelente definición del papel de los medios frente a la opinión pública. Los medios generan motivaciones que resultan en hechos noticiables y generan además un estímulo para la generación de opinión sobre el tema, no exclusivamente de política.

¹⁷ RIVADENEIRA, Raúl. La Opinión Pública - análisis, estructura y métodos para su estudio. México: Editorial Trillas, 1976. p. 157.

En ese sentido, al activar la noticia y su campo de debate, podríamos señalar una definición de Opinión Pública, que además incluye elementos que hacen parte de ese fenómeno de la comunicación Social “(Opinión pública) refiere a la discusión y expresión de los puntos de vista del público(o los públicos) sobre los asuntos de interés general, dirigidos al resto de la sociedad, y sobre todo al poder”¹⁸. A partir de esto, el autor especifica como elementos el carácter dinámico y conflictivo, es decir que genera discusión y controversia; el carácter exterior que se manifiesta en los puntos de vista públicos; que hay una dirección hacia los ciudadanos que están ocupados e interesados en los interés públicos; pretende un efecto social, sobre el poder.

Y es de adicionar que la opinión pública es “un producto de opiniones individuales sobre asuntos de interés común y que se origina en las formas comunicativas humanas, en procesos individuales primero, y en procesos colectivos después, en diversos grados según la naturaleza de las informaciones compartidas por los individuos”¹⁹. De esta forma se sabe que la opinión tiene su origen desde la concepción individual, construida a partir de los imaginarios, formaciones y experiencias de la persona, que para que trascienda debe ponerse en discusión con la opinión de otros sujetos, lo que genera la posibilidad del debate y la comparación, un elemento esencial que está muchas veces condicionado a un estímulo, que insisto, proviene de la activación que hace el medio de comunicación.

Dentro de este escenario cabe destacar dos componentes teóricos clave: la comunicación política, en especial el rol del medio en la formación de opinión política que puede alterar decisiones en la arena pública, y la construcción de agenda, que en definitiva significa el origen del debate, pues define los temas de los que se hablará.

¹⁸ MONZÓN, Cándido. La opinión pública. Teoría, concepto y métodos. Madrid: Tecnos, 1990.

¹⁹ RIVADENEIRA, Raúl. La Opinión Pública - análisis, estructura y métodos para su estudio. México: Editorial Trillas, 1976. p. 113.

Explica el texto Comunicación Política²⁰, que en la esfera de lo público la información, desde la segunda guerra mundial, es considerada el cuarto poder. El concepto es muy relacionado con el ejercicio político y la antes considerada influencia del medio en la actuación de los sujetos. El punto aquí, hacer referencia a dicho concepto, tiene que ver con la formación de opinión pública política, en programas de opinión que tratan temas de poder como Zoom a la Noticia. El debate en medios de comunicación tiende a considerar opiniones de expertos, políticos, fuentes primarias y, además, producciones periodísticas a cargo de los equipos de cada programa; esto contribuye a dar publicidad a un problema, e incluso a plantear soluciones.

Visto está que además de formar opinión, de plantear debates, los programas de opinión sirven para ventilar en la agenda pública aquellos temas de interés colectivo que exigen atención y solución, cuando se trata de problemas sociales. Esto da paso al siguiente postulado teórico, que es la conformación de agenda, cercano a la famosa teoría de la Agenda Setting.

Dicha teoría es considerada para comprender la formación de las estructuras de los programas informativos y de opinión en los medios masivos de comunicación. Lucas Marín, García Galera, & Ruiz Sanromán²¹ enfatizan que la teoría de la agenda setting, implica que en la medida en que los medios de comunicación presten importancia a un tema o suceso, el público le dará la misma relevancia a este, pues “la función de agenda setting de los medios de comunicación se define como la influencia que ellos ejercen (especialmente la radio, la prensa y la televisión) sobre los sujetos, de modo que llegan a determinar lo que la audiencia percibe como importante e, incluso, sobre qué deben pensar”²².

²⁰ Gauthier, G, Gosselin, A. & Mouchon, J. Comunicación Política. Barcelona: Gedisa, 1998.

²¹ Lucas Marín, A., García Galera, C., & Ruiz San Román, J. A. Sociología de la Comunicación. Madrid: Trotta, 1999.

²² Ibid., p.247.

Hasta este momento hemos visto como el periodismo de opinión, los contenidos informativos de debate y análisis generan impacto en las audiencias como formadores y transmisores de creencias diversas, cuya mayor manifestación de resultado es la creación de opinión pública. En este caso, sobre temas del orden mundial. Las agendas de medios como NTN24 están formuladas por varios elementos y condicionantes, que a continuación son explicados.

Periodismo Internacional

Es de insistir en la coyuntura mencionada de la globalización. Este fenómeno económico facilita también la generación de ideas empresariales como la creación de industrias de contenidos que vendan productos más allá de las fronteras nacionales, para así contar con un mercado vario, plural. NTN24 es un medio que informa a 13 países que reciben la señal por televisión por cable y a cualquier ciudadano en el mundo que puede visualizar la programación a través de Internet. La agenda informativa de este canal de noticias estaría, por decirlo así, centrada en todas las noticias del mundo. Pero ¿Cuáles son las noticias que son emitidas, por qué esas noticias son emitidas, y para puntualizar con este informe, cómo esas noticias seleccionadas se convierten en temas del programa de opinión, y por tanto, en temas de discusión en la opinión pública?

Peter Schenkel y Marco Ordóñez²³ dicen en el libro *Comunicación y Cambio Social* que al tener en cuenta que la difusión de comunicación internacional se realiza de la manera más afectiva a través de medios colectivos, es importante tener en cuenta el papel de las agencias de prensa. “Las

²³ SCHENKER, Peter, & ORDÓÑEZ, Marco. *Comunicación y Cambio Social*. Quito: Editorial Andina, 1981.

agencias internacionales se constituyen en base esencial de la comunicación intercontinental. Se puede comprender mejor el poder de estas agencias en los procesos de formación acerca de los acontecimientos mundiales”²⁴.

Esa es la lógica principal a la que se enfrenta el periodista que llega al medio de comunicación. La agenda está muchas veces determinada por los despachos de las agencias de prensa. NTN24, es un medio que permanentemente, como todos los medios masivos, dependen de las agencias, algunas como AP de Estados Unidos, Reuters de Inglaterra, EFE de España y AFP de Francia. Incluso grandes cadenas como CNN y la BBC dependen de las contribuciones de sus agencias, pues carecen de corresponsales en todos los países.

En revisión de literatura sobre el periodismo internacional, en una tesis de maestría en Política y Asuntos Internacionales, hay un interesante aporte a este referente conceptual. “El cable es fundamental para la redacción de la página internacional, ya que si no existiera, la sección funcionaría a ciegas. Pero nunca el cable podrá reemplazar al periodista corresponsal”²⁵.. El contexto del trabajo consultado es la redacción internacional del periódico El Tiempo. Evidentemente habla de cómo la información que envían las agencias, (texto, video, fotografías, sonidos), es indispensable para el funcionamiento de cualquier medio que no tenga corresponsales en el mundo.

NTN24, si bien depende en gran medida de los envíos de AP y Reuters como principales proveedores de video, cuenta con una red de corresponsales en las ciudades capitales latinoamericanas, en Estados

²⁴ SCHENKER, Peter, & ORDÓÑEZ, Marco. Comunicación y Cambio Social. Quito: Editorial Andina, 1981. p. 52

²⁵ LEPETIT, Sylvain.. Redacción de la información internacional en El Tiempo. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2004. p. 34.

Unidos y en influyentes ciudades europeas como Madrid, Londres y París. La calidad en la información que envía el corresponsal es mayor al despacho de una agencia, y la función del corresponsal es ir más allá de la noticia escueta enviada por cable; esto es de vital importancia para la creación de los programas de opinión. El corresponsal envía noticias que muchas veces resultan tan importantes y exclusivas que ameritan debate. Así resulta que muchas veces los debates emitidos son 50% por la agenda enviada por medio, y el otro 50% por exclusivas que consigue el corresponsal.

Conclusiones teóricas

Las apreciaciones teóricas planteadas anteriormente, permitieron que al ingreso a esta organización ya entendiera las lógicas del trabajo en medios de comunicación masiva. Es imprescindible apropiarse los lenguajes mediáticos, las formas de trabajo bajo los mandatos del mercado y sobre todo, comprender con claridad cómo funciona un programa de opinión, cuál es su importancia y la responsabilidad que acarrea dentro del escenario social. Es de tener en cuenta los principios éticos de la libertad de expresión, que son determinantes en programas de debate. “Libertad de expresión es la posibilidad de difundir las ideas, el pensamiento o convicciones individuales, ya sea visualmente o por escrito, utilizando para ellos medios como radio, televisión, o prensa escrita, sin que medie censura previa”²⁶.

De esta forma la libertad de expresión es uno de los conceptos más importantes durante la formación de debate en programas de opinión, es la garantía de que la audiencia va a recibir las posiciones diferentes que le permitirán formar criterio, generar su propia opinión, conocer y en ocasiones actuar, tomar decisiones más aún cuando los debates priorizan temas políticos.

²⁶ RAMÍREZ, O. Responsabilidad del Periodista. Medellín: Biblioteca Jurídica DIKE, 2004.

El comprender las formas laborales de una organización mediática, es un capital que permite al profesional no incomodar u obstaculizar el trabajo grupal, además de optimizar los recursos, y finalmente, apropiar la responsabilidad que significa el trabajo en televisión de difusión masiva, el medio más consumido en la actualidad.

4. Objetivo General

Desarrollar la labor de producción de invitados y realización periodística para el programa Zoom a la Noticia.

Objetivos Específicos

1. Participar en los consejos de redacción diarios que realiza el programa para la definición de los temas a desarrollar.
2. Investigar sobre los temas definidos para el programa.
3. Buscar a los personajes primarias de la noticia.
4. Contactar a los personajes que harán parte del programa.
5. Entrevistar a personajes y expertos que aporten al debate.
6. Redactar y editar notas de debate

5. Actividades desarrolladas

Zoom a la Noticia es resultado del trabajo de siete personas encargadas de hacer un programa de lunes a viernes, y cuyo resultado que sale al aire a las 9 de la noche.

La jornada comienza desde las 9 y 30 de la mañana, cuando el equipo se reúne para la realización del consejo de redacción. En él, cada integrante del equipo cuenta con una fuente (región del mundo) que debe haber revisado y tener pendiente para la propuesta de temas, argumentando y defendiendo su validez y posibilidad de debate.

Los temas en agenda suelen ser latinoamericanos y de Estados Unidos, pues es el mercado al que la apunta NTN24. Sin embargo cuando la agenda está atravesada por importantes hechos en Europa, Asia, África o incluso Oceanía. Durante el consejo de redacción son definidos dos posibles temas, que no son definitivos, pues no se sabe qué hecho de última hora suceda durante el resto del día.

Luego de la definición de temas, en el mismo consejo de redacción son definidas las tareas de cada integrante del equipo. En ese momento se discuten cuáles son los posibles invitados al debate en vivo. El periodista que acertó con el tema elegido debe considerar tener nombres de los personajes primarios de la noticia (sujetos directamente relacionados o afectados con el hecho), sean víctimas, victimarios, políticos que ofrecieron determinadas declaraciones, voceros de gobierno, abogados de sujetos implicados, etc. Luego son propuestos los posibles analistas (personajes secundarios en la noticia) que son analistas expertos en los temas, académicos, comentaristas, estrategias políticos, columnistas o periodistas que tengan una posición muy clara frente a la noticia.

Luego en el consejo los periodistas proponen, según las líneas de debate, los *VTR*, que son las notas o informes que salen al aire durante el programa. Estos deben ser más que noticias escuetas, básicamente como informes especiales. Son producciones que generan debate, que revelan datos después de un proceso de investigación. Las investigaciones de los temas a menudo llevan a exigir la búsqueda de declaraciones de los personajes de la noticia, a favor y en contra, lo que evidentemente genera debate. Esas declaraciones son *FULL*, que muchas veces son históricos, pues por ejemplo, un personaje hoy dice que su posición política es de derecha, cuando meses o años atrás defendía a la izquierda.

Al terminar el consejo de redacción las labores de ejecutan según Producción de Invitados y Realización Periodística.

Producción de Invitados

La labor de producción de invitados es columna vertebral del programa, pues es la responsable de que haya personajes para el debate y que generen opinión y noticia. Desde las 10 de la mañana, cuando termina el consejo de redacción, los productores de invitados empiezan la búsqueda de los personajes primarios, y nuevos personajes secundarios más allá de la base de datos. La labor más difícil es la producción de invitados directamente relacionados con las noticias, pues es necesario llamar a diferentes partes del mundo y ubicar a personajes, sin importar su ubicación o el idioma que hable.

Otra dificultad es cuando se ha logrado concretar al invitado, poder contar con él puntualmente y con el recursos visual necesario para televisión. Es decir, siempre es exigencia del trabajo en televisión que los panelistas

puedan ser vistos en pantalla y con imágenes de alta calidad. Una función del productor de invitados es conseguir cerca a la ubicación del personaje una opción de satélite, para garantizar una transmisión limpia. Así pues, el productor de invitados calcula costos de transporte y alquiler de satélite (en caso de no estar en estudio propio) y de confirmarse esa opción, debe cuidar que la transmisión del remoto va a funcionar, es decir, hacer pruebas previas.

Cuando el satélite es imposible de conseguir, la opción seguida es vía *Skype*. De igual forma, antes de salir al aire el invitado debe hacer pruebas con el productor de invitados para hacer pruebas de luz, encuadre y ubicación. La última opción, (casi nunca aceptada a excepción de importantes personajes) es el sonido telefónico.

El productor de invitados es responsable del cumplimiento de los contactados, de la gestión de su transporte y los pagos al personaje y a la empresa que prestó servicios para facilitar la participación del invitado (satélites).

Realización periodística

La labor periodística está dividida en dos etapas: Montaje audiovisual y producción de contenidos.

En montaje audiovisual es el trabajo que un periodista hace para conseguir, administrar y publicar todas las imágenes, sonidos, declaraciones (llamadas en el argot periodístico como fulles) y las notas hechas por sus colegas, para el montaje de contenidos que serán utilizados en el programa de opinión. La primera tarea es la realización de los *REEL* (Secuencia de imágenes), que tiene dos funciones: sirven para insertar en las notas que envían los otros periodistas o los falsos directos telefónicos, y además son los apoyos que

durante el debate en vivo se ven en las pantallas de televisión de las audiencias. Al ser necesario un lenguaje audiovisual, mientras un invitado panelista está debatiendo deben salir imágenes relacionadas con el tema que está hablando, y eso es un elemento indispensable en la producción. Los Reel son realizados usualmente con bastantes imágenes de archivo, pues, por ejemplo, si la noticia es la muerte de un líder, es necesario tener un perfil de dicho sujeto con al menos un minuto y medio de imágenes.

El periodista que está a cargo del montaje audiovisual es responsable de la sala de edición. Además de hacer los *Reel*, el editor produce notas con ritmo, efectos necesarios y música. El mismo periodista debe buscar los *FULL*, (que son declaraciones de los personajes de la noticia y las reacciones en sujetos de referencia). Muchas de las declaraciones las envían las agencias o el corresponsal que cubra ese tema. Sin embargo muchas veces es necesario controvertir las declaraciones con *FULL* históricos (testimonios de archivo), que se deben buscar en los archivos del canal. Finalmente, el encargado de la sala y del montaje audiovisual debe hacer el transfer de su trabajo al máster y publicarlo, es decir, dejarlo listo para cuando se desee emitir en el programa en vivo. Esta labor suele merecer más apoyo del practicante, quien ayuda a buscar archivo, que es una de las tareas más dispendiosas.

Los otros periodistas son responsables de la investigación y realización de productos periodísticos. Desde temprano es necesario leer y empaparse del tema a producir. Muchas veces el periodista debe investigar nuevos temas que no han salido en ningún otro medio, por lo que debe hacer reportería. Además debe realizar mapas, cuadros, y aprovechar la mayor cantidad de recursos audiovisuales posibles. La redacción de sus notas no dura menos de 2 horas, pues es necesario que sean muy completas, que sepan generar debate y con información novedosa.

Finalmente llega el proceso de emisión. El programa debe estar armado visualmente, con las notas hechas y los invitados confirmados a las 9:29 en punto, pues cuando se entra al aire se empiezan a ver los resultados. Durante el programa suelen haber declaraciones polémicas que generan noticia, y de estas salen noticias que son publicadas en los noticieros que hay después del programa, y es un paso que sirve de autopromoción.

Al día siguiente en el consejo de redacción son evaluadas las cifras de *rating* y los resultados o fallas que acontecieron en la emisión anterior. Es de aclarar que el programa debe salir perfecto cada noche en vivo, porque si hay algún error este debe ser inmediatamente corregido en edición pues el programa es re-emitido al otro día a las 2 de la tarde.

Conclusiones y recomendaciones

El reto profesional que significa el trabajo en Zoom a la Noticia es de inmenso valor para mi ejercicio como periodista, pues plantea un escenario que entretene información con opinión y cuya exigencia y versatilidad en todos los campos es determinante para que el producto sea entregado, que el programa salga al aire, genere debate y noticia y no haya ningún error. El mayor aliento que se obtiene es cuando el rating es favorable, lo que determina si el trabajo interesa a la audiencia.

A diario me enfrento con el objetivo planteado en este informe de pasantía: Desarrollar la labor de producción de invitados y realización periodística para el programa Zoom a la Noticia. Cuando el programa obtiene una buena producción de invitados hay muy buen debate, y cuando la realización periodística es impecable el debate logra tomar caminos interesantes que dan altura a la calidad del programa.

Durante cada jornada hay una permanente formación y aprendizaje porque los temas del día a día exigen la permanente investigación, consulta de fuentes y medios, contacto con personajes que cuentan sus versiones de la historia. Con toda la información, como periodistas, logramos hacer productos de calidad, pensando en una audiencia exigente, con la profundidad y criterio de un profesional competitivo en la arena internacional.

Es este punto que sugiere como recomendación a las facultades de Comunicación Social- Periodismo, el formar a sus estudiantes como profesionales competitivos con las herramientas a las que se van a enfrentar cuando estén en el medio, porque muchas veces por desconocimiento nunca llegan a ser muy bien apropiadas.

Además es importante que en las teorías, como en el caso de lo presentado en el presente documento, permanentemente se explique su aplicabilidad en el mundo laboral. Muchos postulados académicos quedan volátiles porque nunca parecen tener aplicación, pero resulta que son de valioso contexto en la formación del periodista, que al menos va a entender las lógicas de una empresa de comunicación, que se enfrenta a la supervivencia en las razones del mercado.

Siempre es necesario un fundamento crítico del periodista. Una formación integral con bases en las ciencias sociales y con sentido de apropiación de la información como materia prima, sirven para que el profesional tome decisiones acertadas, tenga la capacidad de trabajar bajo presiones de tiempo, con la creatividad e ingenio de buscar las herramientas precisas para la ejecución de sus labores.

Zoom a la Noticia es también una escuela de periodismo, de política internacional. Es un escenario donde participan expertos de gran categoría, donde el periodista que hace parte, como en mi caso, adquiere gran conocimiento sobre los temas del mundo y el trabajo como informativo programas de opinión.

Bibliografía

Asociación Colombiana de Investigación de Medios ACIM. (ON LINE) (Abril de 2010). *Estudio General de Medios EGM Informe 3 2009*. Recuperado el Septiembre de 2010, de http://www.acimcolombia.com/archivos/FILE_DOC_PUBLICACION/CIFRAS%20EGM%20-%20ABRIL%202010.pdf.

Biagi, S. (1999). *Impacto de los Medios* (Cuarta edición ed.). México: Thomson Editores.

CANAL NTN24. (ON LINE). *NTN24*. Recuperado el 16 de JUNIO de 2011, de ZOOM A LA NOTICIA, NTN24: <http://www.ntn24.com/programa/zoom-la-noticia>

CANAL RCN. (ON LINE). *CANAL RCN*. Recuperado el 15 de junio de 2011, de <http://www.canalrcnmsn.com/quienessomos>

Consuegra, J. (2002). *Diccionario de periodismo, publicaciones y medios*. Bogotá: ECOE EDICIONES.

Gauthier, G., Gosselin, A., & Mouchon, J. (1998). *Comunicación Política*. Barcelona: Gedisa.

Gutiérrez Palacio, J. (1984). *Periodismo de Opinión*. Madrid: Paranifo.

Humanes, M. L. (2001). *ZER- Revista de Estudios de Comunicación (ON LINE)*. Recuperado el 16 de Agosto de 2010, de <http://www.ehu.es/zer/zer11web/mhluisa.htm>

Lepetit, S. (2004). *Redacción de la información internacional en El Tiempo*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Lucas Marín, A., García Galera, C., & Ruiz San Román, J. A. (1999). *Sociología de la Comunicación*. Madrid: Trotta.

Martínez Albertus, J. L. (1977). *El Mensaje Informativo*. Barcelona, España: R.I.G.S.A.

Monzón Arribas, C. (1990). *La opinión pública. Teoría, concepto y métodos*. Madrid: Tecnos.

Moreno Espinosa, P. (2003). El periodismo informativo en televisión: lenguaje, genero y estilo. (U. d. Sevilla, Ed.) *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (9), 269-280.

Organización Ardila Lulle. (s.f.). *Organización Ardila Lülle*. Recuperado el 15 de junio de 2011, de <http://www.canalrcn.com/quienesSomos/oal/#SectorComunicaciones>

Ramírez Delgado, O. L. (2004). *Responsabilidad del Periodista*. Medellín: Biblioteca Jurídica DIKE.

Rivadeneira Prada, R. (1976). *La Opinión Pública - análisis, estructura y métodos para su estudio*. México: Editorial Trillas.

Robledo, M. *Organización Interna, Canal RCN*. Bogotá: CANAL RCN.

Rodríguez Revollar, R. (Agosto de 2008). (ON LINE) *Sala de Prensa*. Recuperado el 16 de Junio de 2011, de <http://www.saladeprensa.org/art764.htm>

Rojas, H., & Puig-i-Abril, E. (2009). Comunicación y Participación Política en Colombia. En H. Rojas, & I. Pérez, *Comunicación y Participación Política* (págs. 105-187). Bogotá: Publicaciones Externado.

Schenker, P., & Ordóñez, M. (1981). *Comunicación y Cambio Social*. Quito: Editorial Andina.

Schramm, W. (1969). *Proceso y efectos de la comunicación colectiva*. Quito: Ciespal.

ANEXOS

Anexo A. Continuidad / Libreto programa Zoom a la Noticia, Canal NTN24.

Continuidad Zoom a la Noticia 1.1

Edit.	video-id	Pg	Titulo de la nota	Formato	Periodista	Tiempo-IN	T-Video	T-RUEDA	Pie
						0:00		14:30:00	
	OP7 Z1		OPENING ZOOM	VTR		0:00	0:19	14:30:00	
	Z2 Z2		PLASMA TORRES	VTR		0:00		14:30:19	
	Z3 Z3		LA APELACIÓN DE TORRES	VO		0:43		14:30:19	
	Z4 Z4		full sandra torres	full		0:00	0:49	14:31:02 XT	
	Z5 Z5		OPOSITORES Y VIOLENCIA	VO		0:40		14:31:51	
	Z6 Z6		full ADELA	full		0:00	0:33	14:32:31 XT	
	C294 Z7		CORTINILLA TRANSICIÓN	VTR		0:00		14:33:04	
	Z8		PRESENTACIÓN INVITADOS	CAM		0:12		14:33:04	
			+++++habladores uno+++++			0:00		14:33:16	
	Z10		SKYPE CIUDAD DE GUATEMALA UNO	dto		0:04		14:33:16	
	Z11		SKYPE CIUDAD DE GUATEMALA	dto		0:04		14:33:20	
	Z9		LIVE U WASHINGTON	dto		0:04		14:33:24	
	Z12		DEBATE UNO GUATEMALA	CAM		5:00		14:33:28	
	Z100 Z100		reel sandra torres	reel		0:00		14:38:28	
	Z150 Z150		reel corte constitucional guatemala	reel		0:00		14:38:28	
	Z200 Z200		reel alvaro colom	reel		0:00		14:38:28	
	Z250 Z250		reel policia guatemala	reel		0:00		14:38:28	
	Z300 Z300		reel calles guatemala	reel		0:00		14:38:28	
	Z350 Z350		reel abogado Rosenberg	reel		0:00		14:38:28	
	Z400 Z400		reel guerra zetas guatemala	reel		0:00		14:38:28	
	Z450 Z450		reel otto perez	reel		0:00		14:38:28	
	Z500		reel otros candidatos	reel		0:00			
	Z13 Z13		FULL TORRES SOLTERA	camfull		0:08	0:27	14:38:28 XT	
	Z15 Z15		FULL ABOGADO	camfull		0:08	0:46	14:39:03 XT	
	Z16		COMUNICADO TSE	VTR		0:09			
	Z18 Z18		ENCUESTA GUATEMALA	VTR		0:05	0:34	14:39:57 XT	
	Z19		DEBATE DOS GUATEMALA	CAM		5:00		14:40:36	
	Z20		COMING UP UNO	CAM		0:11		14:45:36	
	BN20A Z21		BUMPER OUT	VTR		0:00		14:45:47	
			COMERCIALES UNO			0:00	2:00	14:45:54	
	BN20 Z22		BUMPER IN	VTR		0:00	0:07	14:47:54	
	Z17 Z17		PERFIL SANDRA TORRES	VTR		0:00	1:14	14:48:01 XT	
	Z23		DEBATE TRES GUATEMALA	CAM		5:00		14:49:15	

PAG Z3 TITULAR

LA APELACIÓN DE SANDRA TORRES

HOLA SOY HASSAN NASSAR Y AQUÍ EMPIEZA ZOOM A LA NOTICIA DE NTN24

DURANTE LOS ULTIMOS DIAS HEMOS SEGUIDO MINUTO A MINUTO LA CONTROVERTIDA APELACIÓN DE LA EX PRIMERA DAMA DE GUATEMALA, SANDRA TORRES, QUIEN INTENTA ANTE LA CORTE CONSTITUCIONAL DE SU PAÍS QUE SE LEVANTE UN FALLO DEL TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL... QUE LE IMPIDIÓ PRESENTARSE A LAS PRÓXIMAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE SEPTIEMBRE ACUSANDOLA DE COMETER FRAUDE....

((VO))

LA JUSTIFICACIÓN DEL SUPREMO ELECTORAL RADICA EN QUE SANDRA TORRES SE DIVORCIÓ EN ABRIL DEL MANDATARIO ÁLVARO COLOM CON EL ÚNICO FIN DE VIOLAR UNA LEY QUE IMPIDE QUE LA FAMILIA PRESIDENCIAL ASPIRE A QUEDARSE EN EL PODER...LA EX PRIMERA DAMA ADUCE QUE AL NO DEJARLA REPRESENTAR AL OFICIALISTA PARTIDO UNIDAD NACIONAL DE LA ESPERANZA SE VULNERAN SUS DERECHOS DE MUJER Y LOS DE MÁS DE UN MILLÓN DE GUATEMALTECOS QUE QUIEREN VERLA SUCEDER A SU EX ESPOSO...

RUEDA FULL

PAG Z5

TITULAR OPOSICIÓN EN LA LUPA

LA APELACIÓN DE LA EXPRIMERA DAMA GUATEMALTECA ANTE LA CORTE CONSTITUCIONAL PARA LOGRAR QUE SE LE PERMITA SER CANDIDATA PRESIDENCIAL HA SIDO VISTA COMO UNA JUGADA DESESPERADA DEL PRESIDENTE COLOM Y SUS ALIADOS POLÍTICOS PARA IMPEDIR LA LLEGADA AL PODER DEL GRAN FAVORITO...EL GENERAL RETIRADO OTTO PÉREZ MOLINA...

((VO))

VOCEROS DEL GOBIERNO NIEGAN ESTAS TEORIAS Y DICEN QUE LA EX PRIMERA DAMA SANDRA TORRES QUIERE SER EL REEMPLAZO DE SU ESPOSO POR DECISIÓN PROPIA, AL TIEMPO QUE LANZAN DUROS DARDOS CONTRA ALGUNOS MAGISTRADOS DE LA CORTE SUPREMA QUE ESTARÍAN SUPUESTAMENTE VINCULADOS AL OPOSITOR PARTIDO PATRIOTA (PP), QUE RESPALDA A PÉREZ MOLINA, Y HAN PRESENTADO HASTA FOTOGRAFÍAS DONDE ALGUNOS DE ÉSTOS APARECEN JUNTO AL CANDIDATO PRESIDENCIAL...LOS MAGISTRADOS POR SU PARTE DICEN QUE ACTUARÁN CON TOTAL INDEPENDENCIA Y JUSTICIA

PAG Z8

INVITADOS

PARA DEBATIR SOBRE LA APELACIÓN DE LA EXPRIMERA DAMA GUATEMALTECA..ESTÁN CON NOSOTROS: DESDE WASHINGTON PETER HAKIM, EN TEGUCIGALPA ADELA DE TORREBIARTE Y ROBERTO KESTLER Y AQUÍ EN ESTUDIO GERNEY RÍOSA TODOS UNA CORDIAL BIENVENIDA

PAG Z12

DEBATE UNO

LA LEY GUATEMALTECA DICE QUE LOS FAMILIARES DEL PRESIDENTE NO PUEDEN ASPIRAR...SI LA PRIMERA DAMA SE DIVORCIA NO QUEDA RESUELTO EL PROBLEMA?

QUE DE MALO TIENE QUE LOS COLOM REPITAN LA FORMULA DE LOS KIRCHNER?

QUE TIENE LA PRESIDENCIA DE GUATEMALA QUE LA HACE TAN DESEADA EN UN PAÍS QUE LIBRA UNA GUERRA CONTRA LA ZETAS, QUE ENFRENTA UNA ALTA CORRUPCIÓN POLICIAL DEBIDO AL NARCOTRÁFICO Y UNA POBREZA EXTREMA QUE SUPERA EL 50%?

PAG Z13

FULL SOLTERA

LA EXPRIMERA DAMA EN SUS ALEGATOS ANTE LA CORTE CONSTITUCIONAL INSISTIÓ EN QUE SU CANDIDATURA NO TIENE PROBLEMAS POR SER UNA MUJER SOLTERA.

RUEDA VTR

PAG Z15

FULL ABOGADO

VEAMOS QUE DICEN ABOGADOS DE LA COALICIÓN OFICIALISTA EN GUATEMALA ACERCA DE LA CANDIDATURA PRESIDENCIAL DE LA EXPRIMERA DAMA SANDRA TORRES

RUEDA VTR

PAG Z16

COMUNICADO TSE

RECORDEMOS CUAL FUE EL FALLO DEL TRIBUNAL SUPREMO ELECTORAL DE GUATEMALA QUE LE PROHÍBE A LA EX PRIMERADAMA SANDRA TORRES PARTICIPAR EN LOS COMICIOS PRESIDENCIALES.

RUEDA VTR

PAG Z18

ENCUESTA

MIREMOS LA MÁS RECIENTE ENCUESTA PRESIDENCIAL PASA SABER COMO LE VA A EX SEÑORA COLOM.

RUEDA VTR

PAG Z19

DEBATE DOS

QUE PELIGRA EN GUATEMALA SI UN MILITAR RETIRADO COMO OTTO PÉREZ ASUME LAS RIENDAS?

PAG Z20

COMERCIALES UNO

LOS INVITO AL PRIMER CORTE COMERCIAL DE HOY Y EN MINUTOS SEGUIREMOS DEBATIENDO ACERCA DE LA APELACIÓN DE LA EXPRIMERA DAMA DE GUATEMALA, SANDRA TORRES, PARA PODER ASPIRAR A SUCEDER A SU ESPOSO EN LA PRESIDENCIA...

PAG Z17

PERFIL SANDRA TORRES

CONOZCAMOS OTROS ASPECTOS DE LA VIDA DE LA EX PRIMERA DAMA DE GUATEMALA, SANDRA TORRES, QUIEN LUCHA POR SER CANDIDATA A LA PRESIDENCIA.

RUEDA VTR

PAG Z17

PERFIL SANDRA TORRES

CONOZCAMOS OTROS ASPECTOS DE LA VIDA DE LA EX PRIMERA DAMA DE GUATEMALA, SANDRA TORRES, QUIEN LUCHA POR SER CANDIDATA A LA PRESIDENCIA.

RUEDA VTR

PAG Z14

FULL MADRE SOLTERA

SANDRA TORRES DEFIENDE QUE COMO UNA MADRE SOLTERA CON 4 HIJOS NO SE LE PUEDE NEGAR EL DERECHO A SER CANDIDATA PRESIDENCIAL EN GUATEMALA.

RUEDA VTR

Continuidad Zoom a la Noticia 1.2

Edit.	video-id	Pg	Titulo de la nota	Formato	Periodista	Tiempo-IN	T-Video	T-RUEDA	Pie
	Z23		DEBATE TRES GUATEMALA	CAM		5:00		14:49:15	
	Z14 Z14		FULL MADRE SOLTERA	camfull		0:08	0:25	14:54:15 XT	
	Z24		COMING UP DOS	CAM		0:13		14:54:48	
	BN20A Z25		BUMPER OUT	VTR		0:00	0:07	14:55:01	
			COMERCIALES DOS			0:00	2:00	14:55:08	
	BN20 Z26		BUMPER IN	VTR		0:00	0:07	14:57:08	
	Z27 Z27		PLASMA CHILE	VTR		0:00		14:57:15	
	Z28 Z28		PROTESTAS EN CHILE	VTR	FRANCO	0:00	1:25	14:57:15 XT	
	Z29		PRESENTACIÓN INVITADOS	CAM		0:08		14:58:40	
			*****habladores dos*****			0:00		14:58:48	
	Z30		SKYPE SANTIAGO UNO	dto		0:03		14:58:48	
	Z31		LLAMADA SANTIAGO	dto		0:04		14:58:51	
	Z32		DEBATE	dto		0:00		14:58:55	
	Z600 Z600		reel protestas chile	reel		0:00		14:58:55	
	Z650 Z650		reel sebastian piñera	reel		0:00		14:58:55	
	Z700 Z700		reel dictadura chile	reel		0:00		14:58:55	
	Z750 Z750		reel michelle bachlet	reel		0:00		14:58:55	
	Z800 Z800		reel augusto pinochet	reel		0:00		14:58:55	
	Z850C Z850C		reel universidades chile	reel		0:00		14:58:55	
	Z900 Z900		reel escuelas chile	reel		0:00		14:58:55	
	Z35		TROPIEZOS PIÑERA	VTR		0:07			
	Z36		FULL	camfull		0:00			
	Z33		DEBATE UNO CHILE	CAM		5:00		14:58:55	
	Z37 Z37		FULL VOCERO	camfull		0:00	0:16	15:03:55 XT	
	Z39		DEBATE DOS CHILE	CAM		5:00		15:04:11	
	Z40		COMING UP TRES	CAM		0:06		15:09:11	
	BN20A Z41		BUMPER OUT	VTR		0:00	0:07	15:09:17	
			COMERCIALES TRES			0:00	2:00	15:09:24	
	BN20 Z42		BUMPER IN	VTR		0:00	0:07	15:11:24	
	Z34C Z34C		ENCUESTA (CEP)	VTR		0:00	0:48	15:11:31 XT	
	Z43		DEBATE TRES CHILE	CAM		5:00		15:12:19	
	Z38 Z38		FULL PROFESOR	camfull		0:05	0:15	15:17:19 XT	
	Z44		DESPEDIDA	CAM		0:15		15:17:39	
			TOTAL			0:00		15:30:00	

PAG Z24 **DÍA DE FURIA EN CHILE** **COMERCIALES DOS**

HAGAMOS OTRA PAUSA Y EN INSTANTES DEBATIREMOS SOBRE UNA PROTESTA ESTUDIANTIL PIDIENDO REFORMAS EDUCATIVAS EN SANTIAGO DE CHILE...QUE TERMINÓ EN UN DÍA DE FURIA EN TODO EL PAIS AUSTRAL...Y QUE HOY TIENE CONTRA LAS CUERDAS AL PRESIDENTE SEBASTIÁN PIÑERA...

PAG Z29 **INVITADOS**

DOY LA BIENVENIDA EN ESTE SEGMENTO A PATRICIO NAVIA DESDE SANTIAGO DE CHILE....PATRICIO BIENVENIDO Y CÓMO VIÓ USTED EL DÍA DE FURIA EN SU CIUDAD

PAG Z30

SKYPE SANTIAGO

PATRICIO NAVIA - COLUMNISTA DIARIO LA TERCERA

PG Z31

LLAMADA SANTIAGO

JAIME BELLOLIO- ANALISTA POLÍTICO-DIRECTIVO FUNDACIÓN JAIME GUZMAN

PAG Z33

DEBATE UNO

TUVO RAZÓN PIÑERA AL MANDARLE LA POLICIA A LOS ESTUDIANTES? AL REPRIMIR DE ESTA FORMA LAS PROTESTAS?

REFORMAS EDUCATIVAS PIDIENDO REDUCCIÓN DE COSTOS Y MAYOR CALIDAD, TENÍAN DERECHO LOS ESTUDIANTES A SU DÍA DE FURIA?

PG Z37

FULL VOCERO

ESCUCHEMOS QUE DIJO EL GOBIERNO PIÑERA FRENTE A LA REPRESIÓN DE LA PROTESTA ESTUDIANTIL
RUEDA VTR

PAG Z39

DEBATE DOS

INMEDIATAMENTE SE ESTÁ VINCULANDO LAS MEDIDAS POLICIALES CON LAS ACTUACIONES DE LOS MILITARES DURANTE LA DICTADURA DE PINOCHET, NO RESULTA ESTO DESMEDIDO?

PAG Z40

COMERCIALES TRES

VAYAMOS A UNOS MENSAJES COMERCIAL Y AL REGRESO MÁS DEBATE ACERCA DE UN DÍA DE FURIA....EN CHILE

PAG Z34

ENCUESTA CEP

LOS INVITO A VER ESTA ENCUESTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS POLÍTOS DE CHILE ACERCA DEL INDICE DE POPULARIDAD DEL PRESIDENTE SEBASTIÁN PIÑERA.
RUEDA VTR

PG Z38

FULL PROFESORES

ESCUCHEMOS QUE DICEN LOS PROFESORES ACERCA DE LAS
VIOLENTAS PROTESTAS
RUEDA VTR

PAG Z44

DESPEDIDA

HASTA AQUÍ LLEGA HOY ZOOM A LA NOTICIA, POR SUPUESTO
AGRADEZCO A NUESTROS INVITADOS EN ESTE ÚLTIMO SEGMENTO
A: DESDE WASHINGTON, AQUÍ EN ESTUDIO A GERNEY RÍOS Y DESDE
SANTIAGO DE CHILE A PATRICIO NAVIA ..Y JAIME BELLOLIO... TODOS
NUESTROS TELEVIDENTES GRACIAS Y HASTA LA PROXIMA
OCASIÓN!!!!!!!!!!!!!!

Anexo B.

GLOSARIO

FULL	testimonio o declaración de un sujeto, usualmente, protagonista de la noticia.
MASS MEDIA	traducido del inglés, significa medios de comunicación.
OPENING	secuencia de imágenes y sonidos que da apertura o inicio a un programa de televisión
PRIME TIME	en televisión, es la franja en el horario de programación en el que hay mayor audiencia.
RATING	es un sistema de medición de audiencias, que a través de una cifra indica el porcentaje de hogares o espectadores que ven determinado programa de televisión.
REEL	secuencia de imágenes sobre un tema determinado, que en televisión sirve para apoyar la narración hecha por un periodista.
SKYPE	software que permite la comunicación entre sujetos a través de internet, por medio de texto, voz y video, en tiempo real.
GANCHO	término periodístico que refiere a la construcción de un mensaje de forma cautivante, capaz de llamar a la atención de la audiencia.
VTR	es un video editado, listo para ser emitido, con contenido informativo. Un VTR usualmente está compuesto por una secuencia de imágenes, con sonido y una voz de un locutor que narra una historia.
WIPE	texto sobrepuesto sobre una imagen de televisión, que informa sobre personajes, da cifras o datos adicionales que apoyan la narración audiovisual.