

APOYO PERIODÍSTICO Y DE PRODUCCIÓN EN NOTICIAS CARACOL DEL  
CANAL CARACOL

ROSSARY VIVIANA VILLATE FAUSTINO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
BUCARAMANGA  
2018

APOYO PERIODÍSTICO Y DE PRODUCCIÓN EN NOTICIAS CARACOL DEL  
CANAL CARACOL

ROSSARY VIVIANA VILLATE FAUSTINO

TRABAJO MODALIDAD DE PASANTÍA PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
COMUNICADORA SOCIAL Y PERIODISTA

HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA  
DOCENTE SUPERVISOR FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y  
PERIODISMO

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
BUCARAMANGA

2018

Nota de Aceptación

---

---

---

---

Presidente del Jurado

---

Jurado

---

Jurado

Bucaramanga, (fecha de ese momento)

## AGRADECIMIENTOS

A Dios, principalmente. A mis padres: Fidel Gustavo Villate Sánchez y María Antonia Faustino de Villate; a mi hermano: Roger Fabián Villate Faustino y a Bryan Aguilar Jaimes, quienes con esfuerzo y entereza consolidaron cada eslabón de éxito y de apoyo en esta larga carrera profesional.

A la Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga, porque gracias a los estándares de calidad en sus directivos, docentes y estudiantes, así como el acompañamiento académico y los valores humanos de sus miembros, hicieron de mí una excelente profesional.

Finalmente, a Noticias Caracol, porque allí pude desenvolverme como una periodista consolidada, aprendí de los mejores referentes del país y tuve la oportunidad de presenciar acontecimientos importantes de la coyuntura nacional.

## CONTENIDO

GLOSARIO	10
RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO	11
GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE	12
INTRODUCCIÓN	13
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	14
2. OBJETIVOS	16
2.1. OBJETIVO GENERAL	16
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	16
3. CRONOGRAMA	17
4. SOPORTE TEÓRICO	18
4.1. NOTICIA	18
4.2. NOTICIEROS EN COLOMBIA	19
4.3. INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN LA POLÍTICA	20
4.4. LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS	25
5. ACTIVIDADES Y RESULTADOS	28
5.1. CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ Y SUS ALREDEDORES	28
5.2. COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE LA SECCIÓN CÓDIGO CARACOL	30
5.3. PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DEL DEBATE PRESIDENCIAL: “EL PAÍS DE LOS JÓVENES” Y EL “BUS COLOMBIA”	31

5.4. CARACOL Y BANCOLOMBIA, ES EL MOMENTO DE TODOS	35
6. CONCLUSIONES	37
7. RECOMENDACIONES	39
8. BIBLIOGRAFÍA	40

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Cronograma

17

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Logo del Código Caracol	21
Figura 2. Presentadora	21
Figura 3. Logo del Código Electoral	22
Figura 4. Sección del Noticiero CM&	23
Figura 5. Presentadora	23
Figura 6. Sección noticiero RCN	24
Figura 7. Presentadora	24
Figura 8. Programa “El País de los Jóvenes”	24
Figura 9. Programa “El País de los Jóvenes”	25
Figura 10. Sección Caracol y Bancolombia, es el momento de todos	26
Figura 11. Periodista de la sección Caracol y Bancolombia	26
Figura 12. Periodista sección Caracol y Bancolombia	27
Figura 13. Sección Caracol y Bancolombia	27
Figura 14. Entrevista Humberto de la Calle	28
Figura 15. Periodista Noticias Caracol	29
Figura 16. Periodista Noticias Caracol	30
Figura 17. Máster "El país de los Jóvenes"	32
Figura 18. Programa "El país de los Jóvenes"	32
Figura 19. Niveles de audiencia “El país de los Jóvenes”	33
Figura 20. Tendencia #1 "El país de los Jóvenes"	34
Figura 21. Bus Colombia	34

Figura 22. Periodista sección Bus Colombia	35
Figura 23. Periodista sección Caracol y Bancolombia	36
Figura 24. Historia Caracol y Bancolombia	36

## GLOSARIO

Periodismo audiovisual: El que informa a través de las características propias de cualquiera de sus medios: radio, televisión y cine.

Noticiero: Calificativo que se daba en un principio a los periódicos de noticias y que, actualmente, por extensión, se aplica a los programas informativos de los medios sonoros y audiovisuales. Comunicador que busca noticias.

Debate presidencial: Género informativo y de opinión, especialmente idóneo para los medios electrónicos, en el que personas tanto a favor como en contra, analizan un tema determinado y lo consideran desde todos los ángulos posibles. En este caso, el contexto de las contiendas electorales encaminadas hacia la Presidencia de Colombia.

Publirreportaje: La publicidad de género informativo presentada con las características propias del reportaje.

Periodismo económico: Actividad profesional cuyo objetivo es informar aspectos de administración de los bienes de acuerdo con los objetivos previstos.

## RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

**TITULO:** APOYO PERIODÍSTICO Y DE PRODUCCIÓN EN NOTICIAS CARACOL DEL CANAL CARACOL

**AUTOR(ES):** ROSSARY VIVIANA VILLATE FAUSTINO

**PROGRAMA:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

### RESUMEN

Noticias Caracol es el espacio informativo del Canal Caracol y es además transmitido a través de Caracol HD2 y Caracol Internacional. Actualmente se encuentra bajo la dirección de Juan Roberto Vargas y subdirección de Alberto Medina y cuenta con un soporte permante en el área digital, a través de la página web (<https://noticias.caracoltv.com/>), en cada una de sus emisiones diarias. En calidad de pasante de Noticias Caracol se adelantaron labores periodísticas en los diferentes espacios que tiene el noticiero como lo son el Código Caracol, Caracol y Bancolombia y Colombia Decide, en el debate presidencial “El País de los Jóvenes” y la posproducción del segmento “Bus Colombia”. Asimismo, se efectuó el cubrimiento periodístico de la ciudad de Bogotá y sus alrededores teniendo en cuenta los acontecimientos coyunturales que fueran noticia. De igual forma, se emprendió un acompañamiento en la realización de la sección económica “ConSumo Cuidado”. De esta forma, la gestión realizada en Noticias Caracol permitió no solo fortalecer los conocimientos adquiridos en la academia, sino además otorgarle un valor renovador al canal, reflejado en cada uno de los espacios en los que se hizo posible la participación directa en los productos que fueron, posteriormente, emitidos al aire.

### PALABRAS CLAVE:

Periodismo audiovisual, noticiero de televisión, debate presidencial, publlirreportaje, periodismo económico.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

## **GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

**TITLE:** JOURNALISM AND PRODUCTION SUPPORT IN CARACOL NEWS OF CARACOL CHANNEL.

**AUTHOR(S):** ROSSARY VIVIANA VILLATE FAUSTINO

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR:** HÉCTOR MAURICIO GÓMEZ MORA

### **ABSTRACT**

Caracol News is the informative space of Caracol Channel and is also broadcast through Caracol HD2 and Caracol International. It is currently under the direction of Juan Roberto Vargas and Alberto Medina's sub-directorate and has a permanent support in the digital area, through the website (<https://noticias.caracoltv.com/>), in each of his daily emissions. As an intern for Caracol News, journalistic work was carried out in the different areas of the news program, such as the Caracol Code, Caracol and Bancolombia and Colombia's Choice, in the presidential debate The country of youth and the post-production of the segment Colombia's Bus. Likewise, the journalistic coverage of the city of Bogotá and its surroundings took place taking into account the events that were news. In the same way, an accompaniment was undertaken in the realization of the economic section Consume with care. In this way, the management carried out in Caracol News allowed not only to strengthen the knowledge acquired in the academy, but also to give a renewing value to the channel, reflected in each of the spaces in which direct participation in the products made possible, they were, subsequently, air broadcasts.

### **KEYWORDS:**

Audiovisual journalism, television news, presidential debate, advertorial, economic journalism.

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## INTRODUCCIÓN

La televisión en Colombia llegó en 1954 y a diferencia de medios de comunicación como la radio, se desarrolló como una respuesta de la dictadura a la pérdida de los sectores políticos y de capital (Herrán, 1991, p. 88). En consecuencia, este medio orientaba su programación en primera medida a la situación política de la época, teniendo en cuenta el factor informativo, que apuntaba al reconocimiento de las obras del gobierno; y por otra parte, al elemento cultural que consolidaba a la nación con tradiciones y costumbres características.

Por consiguiente, lo sucedido en 1954 no dista del rol que desempeña actualmente la televisión gracias al factor masivo que posee este medio y con el desarrollo de las herramientas tecnológicas, se ha hecho posible la difusión de información y generación de climas de opinión ante los acontecimientos del mundo y que no sólo se transmiten a través de la pantalla de los televisores, sino que también se ha replicado gracias a las plataformas digitales.

En consecuencia, los espacios informativos o noticieros, en este caso para Colombia, Noticias Caracol, se ha consolidado como un líder en opinión y un canal directo de participación para la ciudadanía. Además le ha otorgado al país elementos necesarios para comprender la actualidad y el entorno donde se vive lo que lo constituye como uno de los mejores medios de comunicación del país, demostrado en los niveles de rating, que no disminuyen del 7,0% y lo ubican en uno de los más vistos por la audiencia colombiana. Para un periodista o comunicador con un recorrido por la academia, estos espacios representan la oportunidad para ampliar el contexto y explorar otras formas de contar.

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Caracol Televisión inicia su formación en 1954, tiempo en el que la emisión de contenidos era posible gracias a la Televisora Nacional, hoy RTVC, Sistema de Medios Públicos. Sin embargo, fue en 1967 cuando el Instituto Nacional de Radio y Televisión, Inravisión, adjudicó 45 horas de programación a la semana cuando aún se consideraba programadora.

Alberto Medina, subdirector de Noticias Caracol cuenta que “en sus inicios, Caracol era una programadora de televisión a la que le atinaban espacios para canales públicos, canales del estado: Canal 7 y Canal 9. No existían los canales privados, hasta el año 1998, año en el que nacen Caracol y RCN”. (A. Medina, comunicación personal, 2 de mayo de 2018).

A partir del nacimiento de los canales privados, el fortalecimiento de los sistemas denotaron una amplia progresión. Inicialmente, las transmisiones en vivo fueron posibles únicamente gracias a microondas, éstas enviaban la señal a las antenas de los cerros orientales y así llegaba la misma a los hogares colombianos. En la actualidad el sistema sigue en vigencia, así como otras herramientas de transmisión que llegaron posteriormente, como la Fly. Su señal es satelital y a través de la cual se logró la primera transmisión desde el Amazonas en 1996, con Yolanda Ruiz. Otro de los recursos que llegó fue el Live-U, cuyo funcionamiento se hace a través de datos móviles de internet.

Gracias a estas herramientas y al talento humano, el Canal Caracol y su segmento informativo, se han ido fortaleciendo. Noticias Caracol abarca la mayor cantidad de horas al aire en la programación: tres horas en la mañana, tres al medio día, una en la noche y media hora en la última edición.

Actualmente, Noticias Caracol funciona en la sede central de Caracol Televisión, ubicada en la Cl. 103 #69b-43, de la ciudad de Bogotá.

En lo referente a su filosofía y al tratamiento de la información, Noticias Caracol comprende la verdad como un concepto que no puede ser separado de la subjetividad, así que procura presentar las noticias desde la mayor cantidad de ángulos posibles, con el fin de llegar al grado más cercano a dicha verdad.

Es por eso que ha precisado sus pilares editoriales en cuatro palabras: honestidad, balance, transparencia y humanidad. Alberto Medina, resume la meta de Noticias Caracol en “emocionar, informar y estar acompañados de la responsabilidad social. Las emociones tienen que ir cargadas de mensajes positivos de sociedad y el informar, de veracidad, multiplicidad de fuentes, humanidad, contexto e intentar que la información entregue elementos a la gente para que sean valorados y se genere opinión pública. Que la gente adquiera una capacidad para decidir”. (A. Medina, comunicación personal, 2 de mayo de 2018).

En lo que respecta a la estructura organizacional, se puede decir que en la ciudad de Bogotá hay un aproximado de 160 trabajadores en los diferentes departamentos administrativos, técnicos y periodísticos, encabezados por Gonzalo Córdoba, presidente de Caracol Televisión y Luis Calle, vicepresidente directo. Algunos de los departamentos a tener en cuenta son el comercial y de mercadeo, de programación, digital, entretenimiento, entre otros. El director de Noticias Caracol es Juan Roberto Vargas y la subdirección está a cargo de Alberto Medina. La dirección de la mesa editorial está bajo el cargo de Germán Espinel y está conformada por periodistas que se encargan de la revisión de las notas periodísticas. Este formato se implementó bajo la dirección de Luis Carlos Vélez, quien trajo ese modelo de Estados Unidos, con el fin de reducir los errores y mejorar la calidad de los productos emitidos al aire.

En consecuencia, el noticiero está compuesto a grosso modo de noticias nacionales e internacionales y según criterios como la cercanía de los hechos, la sensibilidad que despiertan, el alcance de influencia, afectación y la preponderancia de sus protagonistas, se ubican en el orden de la continuidad para su emisión.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1. OBJETIVO GENERAL

Apoyar los procesos periodísticos y de producción de Noticias Caracol, en las emisiones de medio día y de la noche, incluidas las secciones “Código Caracol”, “Colombia decide” y “Es el momento de todos de Caracol y Bancolombia” del noticiero.

### 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar los temas y sucesos de carácter noticioso en Bogotá, para la producción del cubrimiento periodístico de Noticias Caracol.

Producir y apoyar periodísticamente el debate presidencial “El país de los Jóvenes” y el segmento “Bus Colombia”, en el cubrimiento especial de las Elecciones 2018 “Colombia decide”.

Coordinar la producción y el apoyo periodístico del segmento informativo “Código Caracol”.

Apoyar la sección del noticiero “Caracol y Bancolombia”, bajo la lógica del eslogan “es el momento de todos” en la ciudad de Bogotá y sus alrededores.

### 3. CRONOGRAMA

A continuación el cronograma de actividades, estipulado por semanas desde el inicio de la pasantía el 5 de diciembre de 2017 al 1 de junio de 2018.

	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO							
<b>NOTICIAS CARACOL</b>																																
<b>CARACOL Y BANCOLOMBIA</b>																																
<b>DEBATE “EL PAÍS DE LOS JÓVENES”</b>																																
<b>CÓDIGO CARACOL</b>																																
<b>CONSUMO CUIDADO</b>																																
<b>BUS COLOMBIA</b>																																

Tabla 1. Cronograma

## 4. SOPORTE TEÓRICO

En el marco de la comprensión holística del trabajo realizado en Noticias Caracol, es necesario entender algunos de los conceptos que se llevaron a la práctica pero que cuentan con raíces teóricas, que se explicarán a continuación:

### 4.1. NOTICIA

Para poder hablar de periodismo en televisión es primordial partir del término que encierra el factor final por el que se consolida un equipo de trabajo para informar: la noticia.

La definición del diccionario de la comunicación, dicta: “suceso verdadero, de interés general o especializado, que se comunica por primera vez en forma masiva y que constituye la base de la información” (De la Mota, 1988, p, 128). Como bien lo afirma, Ignacio de la Mota, la noticia es la base de la información, sin embargo, el entender que una noticia puede ser contada e interpretada de mil formas, así como los aditivos que se le pueden hacer a partir del acontecimiento o hecho noticioso, es decir, contar la noticia a partir de una historia testimonial o hacer una crónica, es donde se puede identificar la verdadera esencia del periodismo.

Para Nicolás González Ruiz la noticia esta relacionada con lo que el periodista puede creer que es importante para la comunidad, es una visión subjetiva: “noticia es lo que los periodistas creen que interesa a los lectores. Por tanto, noticia es lo que interesa a los periodistas” (González, 1966, p, 19). Este apartado abre un espacio para la reflexión pues, efectivamente, aquellos hechos importantes que no se convierten en noticia, no lo hacen porque precisamente un periodista creyó que no era relevante, sin embargo, la experiencia deja que todo hecho es apreciable dependiendo de la perspectiva en que se mire y de la forma en que se cuente. Es

un género, que se adapta a los diferentes lenguajes: prensa, radio o televisión, y desde luego para lo digital.

En lo audiovisual la composición entre imagen, sonido y narración es el compendio de elementos que bien elaborados pueden llegar a consolidar una noticia, historia o crónica exitosa. La imagen representa el mayor símbolo de movilización de masas en la comunicación por su poderosa fuerza expresiva (De la Mota, 1988, p, 11). Asimismo, el sonido es uno de los componentes auditivos que permite despertar sensaciones y emociones a partir de la sonoridad. Por último, la narración de los hechos es la que ayuda a la comprensión de la información y que alcanza la compenetración directa con la audiencia.

Es primordial que la unión de estos elementos sea conforme a una misa intención pues es la única manera de lograr transmitir a la audiencia el mensaje o información de la forma más clara, oportuna y que pase de ser un informe común, a una historia inolvidable.

#### 4.2. NOTICIEROS EN COLOMBIA

En el país, actualmente, son cuatro los noticieros que se consideran tradicionales y que marcan los mayores registros de audiencia: Noticias Caracol, Noticias RCN, Noticias Uno y Noticiero CM&. Asimismo, se identifican noticieros regionales como: Teleantioquia Noticias, Oriente Noticias, Noticias Capital, entre otros. Sin embargo, quien registra los niveles de audiencia más altos es el noticiero del Canal Caracol y se considera tiene la mayor cobertura periodística en el país. No obstante, es un logro que se ha construido con años de experiencia y con una estructura definida y fundamentada. Pierre Mellet afirma que “la estructura de un teleinformativo no es arbitraria; todo lo contrario, es un rito. El desarrollo del noticiero televisivo es en sí toda una pedagogía” (Mellet, 2007, p. 1), y en consecuencia es así.

Noticias Caracol cuenta con un organigrama estructurado, así como un equipo profesional que tiene claras sus funciones y que trabaja con la sincronía de un reloj, todo con un objetivo, hacer una emisión libre de errores, con la mejor agenda de contenido, con veracidad y calidad para la audiencia.

Un reciente estudio de la Universidad de la Sabana sobre los noticieros de la televisión colombiana afirma que “la agenda está marcada por el equilibrio en la relevancia otorgada a los temas judicial (15%), deportivo (14%), entretenimiento y político con el 13% cada uno y relegan a un segundo plano la economía con un 8% y la información internacional con el 7%, y a una tercera instancia las notas sobre ciencia y tecnología que tan solo alcanzan el 2%.” (Gómez, Hernández, Gutiérrez, Arango, Franco, 2010, p. 227) Sin embargo, cabe resaltar que en momentos históricos como los que se viven en esta contienda electoral, muchas noticias e incluso producciones fuera del noticiero, se han desplazado por la coyuntura política.

#### 4.3. INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN LA POLÍTICA

A través de la consigna “Colombia Decide”, Noticias Caracol ha hecho un cubrimiento especial entorno a las elecciones presidenciales 2018. Asimismo, ha imprimido esfuerzos por lograr que a través de la pedagogía electoral, la Ruta Colombia, los debates presidenciales y el Código Caracol, se logre incentivar el voto en los colombianos.

Por el lado de la sección Código Caracol, que es considerada uno de los apartes del noticiero que mayor audiencia tiene, se han mostrado las novedades en materia política y de diversos temas que han sido noticia pero que cuentan con algún factor novedoso y que se logran captar en el transcurrir de las agendas diarias.



Figura 1. Logo del Código Caracol



Figura 2. Presentadora

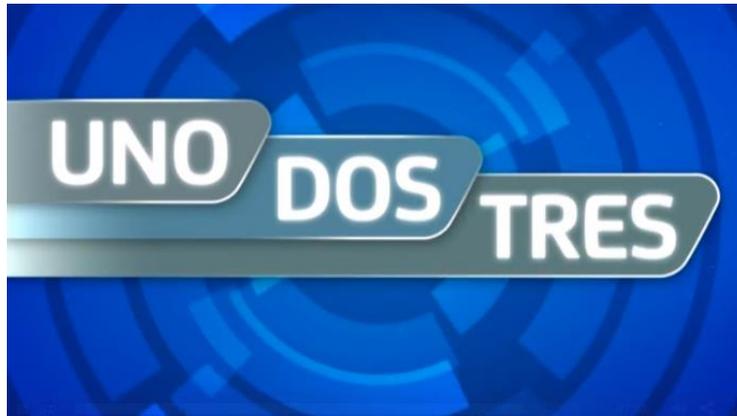
En la actualidad, por el tema de las elecciones presidenciales, Noticias Caracol estableció una renovación de la sección y la llamó Código Electoral.



*Figura 3. Logo del Código Electoral*

En ella se hace la cobertura de las agendas de los candidatos presidenciales teniendo en cuenta el lugar y los temas que se trataron en sus campañas. En esta sección es posible evidenciarse cómo las campañas hacen uso de su poder en los medios y con el fin de hacer su aparición en la pantalla, idean elementos creativos que se acomoden a la sección. Ante este fenómeno, Doris A. Graber hace una alusión al tema: “Mientras las campañas son muy abiertas en su intento de persuadir a los periodistas, la relación de influencia inversa puede ser muy elusiva. Previendo las reacciones de los periodistas, los que toman decisiones en las campañas establecen sus planes estratégicos y su conducta cotidiana con vistas al modo en que la prensa informará sobre los eventos de la campaña” (Graber, 1984, p. 191). En consecuencia, si algún candidato hiciera algo inusual o salido de lo común, evidentemente se tendría en cuenta para Código, logrando hacer su aparición en pantalla, lo que beneficiaría su campaña. No obstante, para la elección de aquellos códigos se hace una selección rigurosa desde la dirección del noticiero, es decir, Juan Roberto Vargas y Alberto Medina, para evitar caer precisamente en el fenómeno al que se refiere la autora y garantizar la transparencia y altura en los contenidos.

Así como el Código Caracol, también existen secciones similares en otros canales de televisión como CM&, cuyo noticiero se encuentra bajo la dirección de Yamid Amat y cuenta con su sección 1, 2 y 3.



*Figura 4. Sección del Noticiero CM&*



*Figura 5. Presentadora*

La dinámica es similar, sin embargo son tres presentadoras para cada número y a diferencia del Recomendado de Código, la sección anuncia una ñapa informativa, para un total de 4 apartados.

Asimismo, Noticias RCN también le apostó a un formato similar donde la información política y de diversos temas coyunturales no clasificados, tienen lugar.



Figura 6. Sección noticiero RCN



Figura 7. Presentadora

Por otra parte, Noticias Caracol ha ideado espacios en los que se ha hecho visible la pedagogía electoral y la información que requiere el país. Es tal el caso del debate presidencial “El País de los Jóvenes”.



Figura 8. Programa “El País de los Jóvenes”



*Figura 9. Programa “El País de los Jóvenes”*

En este espacio participaron los candidatos presidenciales, a excepción de Gustavo Petro, y conversaron con los Jóvenes sobre temas de actualidad y de intereses diversos para el país.

#### 4.4. LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS

Otra de las secciones que tiene Noticias Caracol es Caracol y Bancolombia, bajo el eslogan, es el momento de todos. Este es uno de los espacios patrocinados por el canal para transmitir, en nombre de Bancolombia, historias positivas de manos colombianas que han logrado transformar a sus comunidades a partir de acciones sociales o que desempeñan labores dignas de resaltar.



*Figura 10. Sección Caracol y Bancolombia, es el momento de todos*



*Figura 11. Periodista de la sección Caracol y Bancolombia*

Es un producto bien elaborado y que tiene la posibilidad de realizarse con técnicas audiovisuales no usuales en las notas de noticiero, sin embargo al trarse de una sección patrocinada, cumple además otras funciones fuera de informar.

María Teresa Herrán afirma que “la televisión tiene el poder de generar mercados ciurculando imágenes, por lo que hoy en día, el instrumento que moldea el consumo es la televisión. Con la televisión, las corporaciones pueden comprar la atención de los televidentes y controlar la distribución y circulación de mercancías creando así nuevos valores de uso” (Herrán, 1991, p. 120 y 121).

Pese a que en esta sección no se oferta abiertamente un producto, sí es evidente la presencia de la marca durante los minutos que duran las notas. Según el

Diccionario de la Comunicación, el publrreportaje es “la publicidad de género informativo presentada con las características propias del reportaje” (De la Mota, 1988, p. 232). En consecuencia, la publicidad que se visualiza en este caso con el nombramiento de la marca y la asociación de un mensaje positivo con la misma, logra reunir también el factor informativo del reportaje.



*Figura 12. Periodista sección Caracol y Bancolombia*



*Figura 13. Sección Caracol y Bancolombia*

## 5. ACTIVIDADES Y RESULTADOS

En función de un aprendizaje y aprovechamiento completo de la pasantía en Noticias Caracol se pudieron adelantar diferentes actividades en los seis meses de trabajo en el canal. Inicialmente, la función a desempeñar era la producción de la sección Código Caracol, sin embargo, con el pasar del tiempo y conforme el trabajo que se adelantaba, el canal permitió la participación en otros espacios para un mayor aprovechamiento. A continuación las actividades desarrolladas:

### 5.1. CUBRIMIENTO PERIODÍSTICO DE LA CIUDAD DE BOGOTÁ Y SUS ALREDEDORES



*Figura 14. Entrevista Humberto de la Calle*

Se pudo adelantar un oportuno cubrimiento de acontecimientos noticiosos de la jornada, pronunciamientos de las instituciones públicas, privadas y gubernamentales, así como sucesos políticos en la contienda electoral, entre otros temas sociales, económicos y de agenda cultural; para las emisiones de Noticias Caracol de las 7:00 am, de las 12:30 p.m. y de las 7:00 p.m.



*Figura 15. Periodista Noticias Caracol*

Asimismo, la reportería y el proceso de elaboración de las notas trajo consigo un asesoramiento previo, ayuda en la búsqueda de fuentes, así como la adaptación al software en el que se visualiza la continuidad. A través de éste sistema, se realiza la redacción de las notas, la revisión y aprobación de las mismas por parte de la mesa editorial, la solicitud de material a las dependencias del canal como el archivo y el área de graficación, así como los pedidos de ingesta, a través de los cuales se hace posible la entrada al sistema del material grabado. Con el “Inews” también se logran coordinar las salas de edición (que son 11) y a su vez la publicación de las notas terminadas, listas para ser emitidas al aire. En total se emitieron al aire un promedio de 40 notas para noticiero.



Figura 16. Periodista Noticias Caracol

## 5.2. COORDINACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE LA SECCIÓN CÓDIGO CARACOL

Esta sección es presentada por María Lucía Fernández en la emisión de las 7:00 p.m. El principal objetivo fue asegurar que los elementos como la redacción, el material audiovisual, gráfico y en general, la edición del segmento, se llevaran a cabo correctamente. Así mismo, fue necesario un entrenamiento previo para poder realizar a plenitud la sección, ya que se debe realizar en tiempo record para que pueda ser emitida.

La escritura de los códigos se empieza a hacer desde las 4 de la tarde, en compañía de los diferentes periodistas políticos, quienes aportan la información recolectada en los cubrimientos diarios de este escenario. Como productora periodística, también se deben hacer aportes de códigos para la sección. Al mismo tiempo, se va haciendo la búsqueda del material audiovisual que se usará para ilustrar la información, esto incluye material que viene en su mayoría de periodistas regionales, internacionales, así como del área digital. Si algún código requiere de ilustraciones gráficas, se debe solicitar a este departamento según corresponda a la información, siendo importante que todo el material se use teniendo en cuenta el elemento conceptual.

Hacia las 6:30 p.m., el Código se encuentra armado para la revisión editorial de Juan Roberto Vargas, director de Noticias Caracol o de Alberto Medina, subdirector. Ellos revisan a totalidad el segmento y autorizan su emisión. Tan pronto esto sucede, se deben elaborar en edición los plasmas que se van a visualizar al lado derecho de la pantalla y hacia las 6:45 p.m. se dispone el estudio y los textos de teleprónter para hacer la grabación. A las 6:55 p.m. finaliza la grabación, María Lucía Fernández se dispone para la emisión del noticiero y durante la hora que dura éste, se hace la edición del Código, así como la redacción de los banner y créditos que irán en la parte inferior de la pantalla. Hacia las 7:50 p.m. se finaliza la edición del segmento y se publica para su emisión. Por lo general la sección dura de 3 a 4 minutos al aire.

### 5.3. PRODUCCIÓN PERIODÍSTICA DEL DEBATE PRESIDENCIAL: “EL PAÍS DE LOS JÓVENES” Y EL “BUS COLOMBIA”

Se realizó en el marco del formato “Colombia decide”, usado para el cubrimiento de las Elecciones de Congreso y Presidencia 2018. A los jóvenes se les hizo un entrenamiento previo en argumentación y debate, así como la aplicación de un test de coordenadas políticas para identificar su postura e ideología. De igual forma, los 200 jóvenes del público se trajeron de universidades para que estuvieran en capacidad de preguntar. No obstante, algunos jóvenes que hicieron parte del selecto grupo de los 20 jóvenes que hablaron abiertamente con los candidatos, pertenecían a diferentes comunidades y minorías, algunos profesionales, otros estudiantes de universidades públicas y privadas, jóvenes desempleados, víctimas del conflicto, de comunidades campesinas y afro, entre otros. Todo con el fin de garantizar la imparcialidad y riqueza en el formato.



*Figura 17. Máster "El País de los Jóvenes"*

Para los candidatos presidenciales, este debate garantizaba más de 40 minutos al aire, representando para ellos y llamándolo en términos coloquiales: “publicidad gratuita”. No obstante, significaba también un riesgo al que debían someterse. Como lo afirmaría Graber, “la competencia política está modelada principalmente por el entorno perceptivo dentro del cual compiten las campañas” (Graber, 1984, p. 189) y básicamente eso fue lo que se evidenció, una competencia por ganarse la aprobación o desaprobación de los jóvenes ante sus propuestas.



*Figura 18. Programa "El País de los Jóvenes"*

Pese a que el debate fue transmitido a las 10:30 p.m., rompió niveles de audiencia.

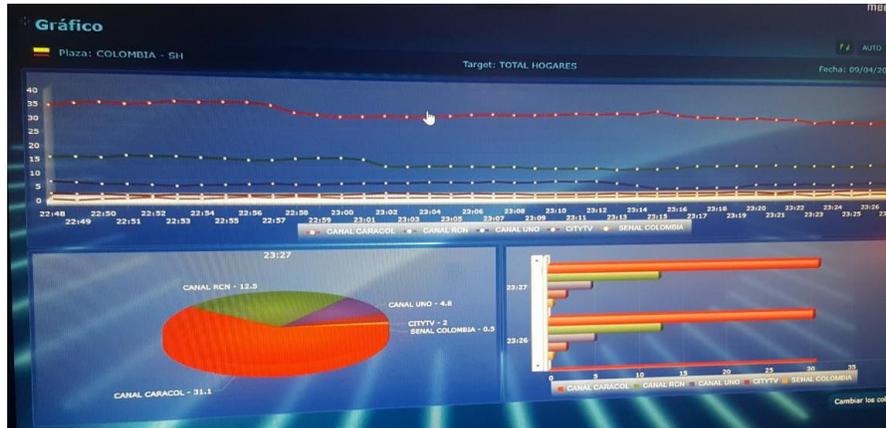


Figura 19. Niveles de audiencia "El País de los Jóvenes"

En el gráfico se pueden apreciar en color rojo los niveles de audiencia, casi triplicando a los otros canales de televisión nacional. Así mismo, la presencia en redes rompió toda expectativa, durando por dos noches consecutivas como tendencia #1 global en Twitter.



Figura 20. Tendencia #1 "El País de los Jóvenes"

Por otra parte, se realizó la posproducción del segmento de “Colombia Decide”, el “Bus Colombia”, en el cual los periodistas Juan Carlos Villani y Juan Jacobo Lozano, emprendieron dos rutas, una hacia el norte y la otra hacia el sur del país escuchando las preocupaciones de los habitantes y las peticiones a los dirigentes del nuevo gobierno que viene.



Figura 21. Bus Colombia

Para este formato, se hacían tres emisiones diarias, un falso directo en la mañana, un falso directo con nota para medio día y una nota para la noche, en 12 ciudades del país: Ibagué, Cali, Sincelejo, Valledupar, Ciénaga, entre otras.



*Figura 22. Periodista sección Bus Colombia*

#### 5.4. CARACOL Y BANCOLOMBIA, ES EL MOMENTO DE TODOS

Se llevó a cabo la elaboración de historias en la ciudad de Bogotá y municipios cercanos como Chía, Soacha y Villapinzón para la sección “es el momento de todos de Caracol y Bancolombia”. Cada una de las historias adelantadas debían tener un impacto social y que resaltarán la labor en comunidad de colombianos que con su trabajo lograron generar transformaciones positivas.

La búsqueda de las historias corrían por cuenta del periodista, así como cada uno de los elementos de realización. Es una sección que permite ser elaborada con más detalle, pues no hay premura del tiempo y que llevan consigo una carga narrativa, capaz de sensibilizar.



*Figura 23. Periodista sección Caracol y Bancolombia*



*Figura 24. Historia Caracol y Bancolombia*

Durante el tiempo en que se tuvo la oportunidad de participar en esta sección, se emitieron al aire un promedio de 20 notas de Caracol y Bancolombia, es el momento de todos.

## 6. CONCLUSIONES

Respecto al ejercicio práctico efectuado en Noticias Caracol se puede decir que se logró cumplir con los objetivos propuestos, partiendo del apoyo en los procesos periodísticos en las diferentes emisiones del día, así como en las secciones en las que se hizo efectiva la participación.

Para el objetivo específico que buscaba la identificación de los temas y sucesos que se constituían como noticia en la ciudad de Bogotá es pertinente resaltar la importancia de elementos como la planeación y el conocimiento del contexto actual en materia informativa, pues para llevar a feliz término cada una de las notas se requirió del cumplimiento de ciertas etapas, desde la búsqueda del tema, la asignación según el enfoque de la mesa editorial, la consecución de fuentes, los ángulos de la historia, el componente humano y de producción, hasta la emisión al aire del resultado final. Por consiguiente, es de reconocer que la rigurosidad y exigencia que se impriman en las notas, así como la coordinación por parte de los directivos editoriales, es fundamental para la excelencia en los resultados.

De igual forma, para la producción del debate presidencial “El País de los Jóvenes”, en el marco de las elecciones presidenciales y el cubrimiento de Noticias Caracol, “Colombia Decide”, fue necesaria la participación mancomunada de directivos, periodistas y productores que tras una rigurosa planeación del formato y del reconocimiento de los perfiles de los jóvenes que participaron, así como la aplicación de varios test de coordenadas políticas para identificar la orientación ideológica de los mismos, lograron emitir un resultado limpio, rico en cuanto a la generación de opinión y capaz de mostrar la representatividad de los jóvenes colombianos que están abiertamente comprometidos con la causa electoral en esta contienda. Se puede decir además que este debate fue realizado en gran parte por los periodistas más jóvenes de la redacción del noticiero y que representó la oportunidad para demostrar que las propuestas jóvenes, que se trabajan a conciencia, terminan en éxitos invaluable.

Asimismo, en lo que respecta a la producción del “Bus Colombia”, es de resaltar el elemento de la planeación. Si bien fue una sección que elaboraron dos periodistas de Noticias Caracol: Juan Carlos Villani y Juan Jacobo Lozano, fue desde la posproducción del segmento que se lograron compilar todos los elementos grabados en la ruta por las diferentes ciudades del país. Para lograr ese producto al aire, se tuvo que coordinar cada parte del proceso: la realización, el envío del material audiovisual desde las diferentes ciudades, el montaje de las notas y los falsos vivos para las tres emisiones del día, todo según lo que los periodistas buscaban emitir. En consecuencia, se puede decir que pese a los inconvenientes que surgieron, en la mayoría de los casos por la compilación del material ya que provenía de 12 ciudades diferentes, se logró cumplir con el objetivo.

En lo referente a la producción del “Código Caracol” se puede decir que es una sección de especial cuidado por su carga de contenido político y que consolida por lo menos cinco cápsulas en cada emisión, más el recomendado literario. En consecuencia, se logró cumplir a totalidad con la elaboración del segmento sin emitir ningún error al aire. Por tanto, es importante resaltar que es una sección cuyo éxito depende de la organización del material audiovisual y de la redacción, que con la interpretación que hace María Lucía Fernández de la información, logra consolidar un estilo particular ya reconocido en la audiencia colombiana.

Finalmente, en lo referente al objetivo planteado para la sección “Caracol y Bancolombia, es el momento de todos” y al apoyo periodístico que se realizó en Bogotá y sus alrededores, es pertinente resaltar los avances que se obtuvieron en cuanto a la construcción de historias que generan impacto y transformación en las comunidades. El periodismo ha perdido en amplios sentidos la sensibilidad y el tacto para las historias humanas y positivas y más en lo que respecta a los noticieros. Por eso, el trabajo realizado en esta sección representó un aprendizaje invaluable en el reconocimiento de los buenos temas y las historias dignas de ser contadas, así como en la construcción de los relatos y las formas de narrar.

En consecuencia, el trabajo realizado en Noticias Caracol permitió llevar realmente a otros niveles de experiencia lo aprendido en la academia y lo realizado en el corto recorrido laboral que se ha tenido. Este medio de comunicación representa la mejor escuela periodística para un profesional, si se sabe aprovechar, así como la oportunidad de aprender de los mejores referentes a nivel nacional en áreas de producción, periodismo y realización. De igual forma, Noticias Caracol demanda altos estándares de exigencia que como profesional se deben saber sortear para llevar a feliz término las labores, y es esa experticia la que se convierte en un verdadero diferenciador respecto de la competencia laboral. Sin duda alguna, trabajar para Noticias Caracol ha representado el periodo de mayores aprendizajes en la carrera profesional.

## 7. RECOMENDACIONES

Inicialmente, más que recomendación, es pertinente resaltar el esfuerzo que ha hecho Caracol Televisión en todas sus producciones por procurar el trabajo práctico de un sinnúmero de profesionales, que en la búsqueda de un crecimiento personal, han tocado las puertas de esta empresa y que han crecido laboralmente en cada una de sus áreas.

Por otra parte, pese a que gracias a los esfuerzos que se emprendieron se pudieron alcanzar grandes logros, sí es de considerar la prohibición que existe para los practicantes de no estar autorizados a leer las notas que elaboran, si bien esto representa una decisión responsable con relación al televidente, es un limitante para el profesional que busca crecer en un medio. Para ello sugiero un acompañamiento que en vez de anular al practicante, lo impulse a su reconocimiento en la labor periodística, así como se desarrolla en medios de comunicación como El Tiempo, Semana o inclusive, El País de España, en los cuales existen escuelas de periodismo internas que permiten potencializar los talentos de los profesionales en turno. Sin embargo, si se alcanzan o no los propósitos, dependerá siempre de los méritos que haga el profesional.

La recomendación primordial es que se continúe con el proceso de recepción de estudiantes en la empresa pues representa no solo un elemento renovador para el esquema del noticiero, sino un valor agregado de experiencia para los recién egresados. Noticias Caracol, a título personal otorgó la confianza y las oportunidades para prosperar en todos los ámbitos, por lo tanto el sentimiento de gratitud permanecerá en el tiempo.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

De la Mota, I. (1988). Diccionario de la comunicación. Madrid: Editorial Paraninfo.

Gómez, Hernández, Gutiérrez, Arango, Franco. (2010). Los noticieros de la televisión colombiana “en observación”. Una mirada desde la academia a la estructura, cobertura y contenidos de los teletinformativos de la televisión abierta en Colombia. Disponible en:

<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/1762/2296>. [Consultado el 23 de abril de 2018]

González, N. (1966). Enciclopedia del Periodismo. Madrid: Editorial Noguer S.A.

Graber, D. (1984). El poder de los medios en la política. Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano S.R.L.

Herrán, T. (1991). La industria de los medios masivos de comunicación en Colombia. Bogotá: Tercer mundo.

Mellet, P. (2007). Propaganda es lo que hacen los demás: Cómo la estructura ritual del noticiero de televisión formatea nuestras mentes. Publicado en Voltairenet el 26 de septiembre. Disponible en: <http://www.voltairenet.org/article151749.html>. [Consultado el 23 de abril de 2018].