ver para creer

Guía para la producción de MAGAZINES TELEVISIVOS

enero de 2009
Medellín

ver para creer

Guía para la producción de MAGAZINES TELEVISIVOS

Elaborado por:
DANIEL ROJAS ARBOLEDA

CORPORACION AUTONOMA
REGIONAL DEL CENTRO DE ANTIOQUIA

SUBDIRECCIÓN DE CULTURA AMBIENTAL
LUZ ÁNGELA PEÑA MARÍN

OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES
MARTA EUGENIA SALAZAR

Medellín enero de 2009

Algunos miembros de la comunidad han decidido tomar un papel más activo en el mejoramiento de la calidad de vida en los municipios y las veredas que habitan, esto los ha convertido en actores estratégicos para la formulación y ejecución de estrategias que se adelantan desde la comunidades, administraciones y algunas entidades públicas y privadas que, por uno u otro motivo, pretenden solucionar algunas problemáticas que afectan la vida, en todas sus formas, en el territorio del centro de Antioquia.

Corantioquia ha venido promoviendo, en los 80 municipios de su jurisdicción, una estrategia que ha permitido articular a diversos habitantes de nuestras ciudades, municipios y veredas a un proceso de gestión ambiental participativa por medio de espacios de participación, diálogo, encuentro, concertación, educación y reflexión, conocidos como Mesas Ambientales.

Quienes forman parte de estas, lo hacen porque quieren mejorar nuestro entorno, proteger el ambiente y asegurarse de que tanto nosotros como nuestros hijos y nietos puedan disfrutar y establecer una relación armónica con la naturaleza. En este espacio, los diferentes actores han aportado ideas, escuchado a los demás, conocido las problemáticas y fortalezas ambientales de nuestros territorios y propuesto soluciones para recuperar y preservar el patrimonio ambiental con el que convivimos en el centro de Antioquia.

Pero de nada sirve reunirse y discutir si no se llega a conclusiones y soluciones, y estas últimas son inocuas si no son llevadas al terreno de la acción. Las iniciativas que partan de las mesas sólo adquieren valor social si son conocidas por todas las personas que se benefician de ellas. Si no comunicamos lo que hacemos, si no compartimos nuestras propuestas con las personas a las que éstas podrían beneficiar, brindándoles la oportunidad de tomar una posición frente a las mismas, no estamos generando un verdadero escenario de participación.

Teniendo esto presente, y apoyándonos en la información recopilada por entidades como la Comisión Nacional de Televisión, que asegura que "la cobertura poblacional del servicio de TV terrestre supera el 90%"[1], y la Asociación Colombiana para la Investigación de

[1] GUERRA, María del Rosario. *La televisión: Entre lo público y lo privado.* (En línea).Ministerio de Comunicaciones: Bogotá, 2008. "http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/

Medios, Acim, cuyo Estudio General de Medios del 2008 encontró que el 97.8 por ciento de los hogares del país tienen entre uno y cinco televisores, se ha pensado en difundir el trabajo realizado por las mesas ambientales a través de los canales comunitarios que existen en algunos municipios.

Por otro lado, la ministra de comunicaciones María del Rosario Guerra, asegura que "la TV es vista por un 94.4% de televidentes por día"[2], y la Encuesta de Calidad de Vida, efectuada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE, en el año 2008 el 88.5 de los hogares colombianos poseían televisor a color, lo que refuerza la idea de la excelente cobertura que este medio posee.

La televisión pretende informar, entretener y educar, y es este último aspecto el que más afirma su valor social, pues ésta "se ha constituido en un dispositivo cultural de singular importancia para la creación, promoción y distribución de imaginarios, representaciones, capitales simbólicos y culturales (…) hecho que la coloca, junto a otras instancias de socialización como la familia y la escuela, en un lugar privilegiado dentro de los procesos formativos de las distintas poblaciones".[3]

Con la difusión de las actividades que se realizan en las mesas ambientales, y la transmisión de información que permita a las comunidades participar realmente de un proceso de gestión ambiental, se busca formar a las personas, brindándoles conceptos que les permitan apropiarse de sus territorios y puedan, de esta manera, valorarlos y protegerlos.

Gracias a la televisión comunitaria, la interacción entre las audiencias y los canales se hace más activa y sencilla y los contenidos pueden dirigirse al público de cada municipio y sus veredas. Es por ello que la propuesta de Corantioquia le apuesta a estos medios que nacen y evolucionan a la par con la realidad de cada territorio.

---

user_docs/Noticias/debateTVsenado.pdf" (citado en enero de 2009).

[2] *Ibid,* p. 2

[3] MONTOYA G., Saúl. *La producción de videos: procesos y modos de expresión.* Universidad de Antioquia: Medellín, 2001.

Es innegable que la nuestra es una generación visual, por lo que cualquier concepto o idea que queramos transmitir será más fácilmente comprendido si lo mostramos en imágenes que en palabras, mucho más si éstas imágenes se encuentran en movimiento.
Durante más de ochenta años la televisión ha alimentado nuestra imaginación y modificado nuestra manera de percibir e interactuar en el mundo. A través de las pantallas podemos conocer lugares que nuestros pies tal vez nunca pisarán, seres que quizás nunca veremos frente a frente y vidas diferentes a las nuestras que quisiéramos poder vivir.
Sea realidad o ficción, la televisión es una fuente de conocimiento y entretenimiento que, bien utilizada, puede convertirse en una herramienta que nos permite desarrollarnos intelectualmente, pero que también puede absorber nuestro tiempo y convertirse en un vicio si pasamos mucho tiempo frente a ella.
Teniendo en cuenta esta premisa y con el objetivo de facilitar la transmisión del conocimiento generado en las Mesas Ambientales, a través de la Red Pgate, en Corantioquia hemos diseñado una estrategia de comunicaciones fundamentada en cinco pilares estratégicos.
El segundo de estos pilares, que pretende socializar la información que facilite a las comunidades la toma de decisiones y la formulación y puesta en marcha de proyectos ambientales en su territorio, incluye la elaboración de un magazín televisivo en aquellos municipios con fácil acceso a canales comunitarios de televisión.
Con información básica y una guía que hará que sea muy fácil producir este espacio, sin necesidad de convertirse en expertos en televisión, proponemos una estructura que no es, de ninguna manera, una camisa de fuerza. Lo que se busca es que sirva como estímulo para generar el contacto y la colaboración entre las mesas ambientales y los canales comunitarios y, de esta manera, logre la vinculación de los medios de comunicación a los procesos y las actividades de la Red Pgate.
Desde la oficina de Cultura Ambiental de Corantioquia les deseamos mucha suerte en su proceso de gestión ambiental participativa y esperamos que ésta sea una herramienta que les permita sacar adelante sus proyectos y cumplir con sus objetivos.

Géneros televisivos

En televisión hablamos de dos tipos de géneros: los de *ficción*, que pretenden transmitir una historia o un concepto con fines de entretenimiento y ocio. En esta denominación caben los largometrajes, cortometrajes, documentales, etc., que no tienen como objetivo principal educar o informar, al contrario de los *informativos*, que buscan transmitir los acontecimientos y hechos que consideran más relevantes para la comunidad hacia la que van dirigidos. Este concepto abarca también a los programas educativos.

Debido al objetivo principal de esta guía sólo tomaremos en cuenta los géneros informativos, pues son estos los que más pueden servirnos para estructurar el magazín.

1. **La noticia**

Es una pieza audiovisual que permite transmitir de manera rápida y concisa los principales pormenores de un suceso. Una buena noticia relata el hecho en 1 minuto y medio ó 2 minutos.

La estructura de la noticia es la siguiente:

Titular: Una frase corta que resuma lo más importante de la noticia. En los noticieros de televisión se mencionan, generalmente, al inicio del programa.

Entradilla: Es un párrafo corto que busca llamar la atención sobre el tema que abordará la noticia y que suele ser leído por el presentador antes de darle paso al periodista que preparó la nota.

Desarrollo: Es la exposición de los hechos en párrafos cortos empezando con la información más relevante y dejando los pormenores para el final

Fulles: Son las imágenes que muestran a las personas a las que entrevistamos, para darle más objetividad a la nota, ofreciendo su testimonio.

Cierre: Se utiliza una frase que resuma la información principal.

Los factores que hacen que un hecho sea noticia son los siguientes:

- Actualidad.
- Proximidad.
- Impacto

- Prominencia.
- Curiosidad.
- Conflicto.
- Suspenso.
- Emoción.
- Consecuencias.
- Número de personas involucradas

2. Reportaje

Es un género que puede estructurarse mediante el uso de otros géneros más cortos, como la noticia, la crónica, la encuesta y la entrevista. Busca informar de la manera más completa acerca de un tema permitiendo ciertas licencias de valoración por parte del periodista, es decir, se presta para que éste deje un poco de lado la objetividad y ofrezca su punto de vista, siempre y cuando el medio informativo se lo permita.

Por sus características, es más fácil que los personajes dejen de ser simplemente fuentes que dan una declaración de unos pocos segundos, como en el caso de la noticia, y puedan definirse mejor su personalidad y motivaciones.

A menudo se les considera como documentales ya que muestran un aspecto de la realidad, pero su realización es más informal que la del documental y existe menos control sobre aspectos técnicos y sobre la línea narrativa, ya que la acción ocurre de manera espontánea.

La duración de un reportaje va desde los dos minutos hasta una hora.

3. Documental

El documental "es el registro de un acontecimiento de la realidad, tomado en el momento en que ese hecho está ocurriendo y con el cual se pretende probar o hacer constar algo"[4].

Los temas que pueden abordarse con el documental van desde mostrar la vida de una persona hasta hacer visible un oficio o relatar un acontecimiento especial, lo importante es que no pertenezcan a la ficción.

En el documental se busca transmitir una idea del realizador, que es la persona que lo dirige, por medio de imágenes y sonidos que se organizan de la forma que se considera más adecuada para lograr transmitirla, es decir, existe una intención previa, por lo que en su producción puede predecirse la acción, la duración de lo que se graba y la ubicación de elementos técnicos como cámaras o luces.

La duración de un documental es variable. Existen algunos de 5 minutos y otros de 3 horas, aunque lo importante es tratar de transmitir el concepto sin extenderse mucho, únicamente utilizando las imágenes y recursos más efectivos.

4. Crónica

"La crónica es, en esencia, una información interpretativa y valorativa de los hechos noticiosos, actuales o actualizados, donde se narra algo al propio tiempo que se juzga lo narrado".[5]

Es un género que permite utilizar un lenguaje más literario y presentar, sin salirse de la realidad, los hechos con una fuerte carga subjetiva, pues las opiniones del realizador tienen cabida en la crónica, por lo que permite abordar los temas con mucha creatividad y profundidad.

---

[4] BIASUTTO, Miguel Ángel. *Realizar un documental*. Revista Comunicar, octubre, número 3. Grupo Comunicar. Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación: Andalucía, 1994. p. 142

[5] MARTÍN Vivaldi, Gonzalo. *Géneros periodísticos*. Paraninfo: Madrid, 1987. p. 123

El hecho de que se preste para ir más allá de la simple presentación de datos, y permita plasmar el criterio de la persona que lo hace, exige primero mucha investigación para tener argumentos sólidos a la hora de defender la tesis o la idea que se quiere mostrar.
Permite hacer descripciones detalladas de personajes, lugares, costumbres y tensiones mediante las palabras y los planos visuales. Esa es la ventaja de las crónicas televisivas, pues las imágenes permiten darle forma a todo tipo de relatos y de manera muy dinámica

5. **Entrevista**

Es una herramienta que permite obtener información directamente de las personas que la poseen. Puede ser utilizada para obtener la información y utilizar la misma para dar forma a la noticia con imágenes y palabras propias del realizador, aunque también es posible utilizar pequeños segmentos en los que aparezca en cámara la fuente, para respaldar la información.
Sin embargo, en muchos programas se utiliza el formato de entrevista, como un diálogo entre el presentador y la fuente, ya sea en el estudio en el que se graba el programa o en un escenario externo al mismo. La información va siendo entregada a los televidentes por parte de la fuente mientras el conductor del programa le hace preguntas según lo que quiera que sepa la audiencia.

Formatos televisivos

Existen formatos de ficción, no ficción y directos. El uso de cada uno de estos es determinado por la intención que se tenga con la transmisión del programa. Si la intención es entretener se recurre a formatos de no ficción como realities, programas de variedades, magazines de entretenimiento, espectáculos y concursos, o de ficción como películas, novelas y series.
Cuando se trata de eventos importantes que justifican la transmisión en el mismo momento en que suceden, como algunos espectáculos deportivos o el discurso del Presidente de la República, se trasladan cámaras que transmiten vía satélite lo que ocurre. Este formato se conoce como directo.
Sin embargo, cuando la intención es informar, es común encontrar en la parrilla de programación los siguientes formatos:

1. **Noticieros**

Son programas de televisión organizados como si fueran periódicos llevados a la pantalla. Primero se leen los titulares y luego un presentador va anunciando cada una de las noticias, dándole paso a un periodista para que amplíe la noticia. Los hechos se presentan en imágenes y los periodistas aparecen generalmente en cámara, al igual que las fuentes entrevistadas. Se divide, al igual que sus homólogos de papel, en secciones como deportes, nacional, internacional, entretenimiento, etc.
Como los noticieros buscan tener audiencia, sus lenguajes visual y verbal son ágiles y se recurre al uso de música y ayudas gráficas para atrapar la atención de la audiencia. Su duración varía de 30 minutos a hora y media, aunque actualmente hay canales que se especializan en ofrecer contenido informativo durante las 24 horas del día.

2. **Magazines informativos**

Los magazines son, según la traducción del término en inglés, revistas con contenido diverso que permite la utilización de todos los géneros informativos y un lenguaje más libre y coloquial por parte del locutor, pues se busca que la actitud de éste genere cercanía con los televidentes.
La estructura del programa admite poca rigidez y cierto grado de improvisación, lo que posibilita adaptarlo a cualquier temática y ofrecer todo tipo de información, aunque

generalmente se respetan las secciones del mismo para no confundir al televidente. Aunque en un principio eran sólo de entretenimiento, con secciones de espectáculo y de concursos, y apelando con frecuencia a las emociones humanas, "desde principios de la década de los noventa la proliferación de periodistas, especialmente femeninas, al frente de los magazines de los horarios diurnos ha conllevado la inclusión de apartados informativos en el formato, sobre todo al darse sucesos de repercusión pública".[6]

3. Boletines

Son espacios televisivos que buscan informar sobre asuntos particulares, como el manejo de las finanzas o la economía familiar, las actividades de la iglesia durante la última semana, los avances en las discusiones del Congreso, entre otros. Su lenguaje no es tan ágil y la información es presentada sin mayores adornos ni ayudas gráficas o de música.
Pueden durar desde 1 hasta 15 minutos. Mientras que los anteriores formatos admiten la utilización de todos los géneros, los boletines informativos, debido a la escasez de tiempo, se dedican únicamente a ofrecer la información a secas, sin ninguna elaboración.

4. Avances

Son espacios que no se toman más de 3 minutos y que rompen con la programación habitual de un canal para ofrecer una noticia de última hora que, por su relevancia, se considera que no puede esperar hasta la emisión de noticias en el horario habitual. Suele presentar los hechos sin profundizar ni ampliar la información, ya que esto puede hacerse en el horario del noticiero, momento para el cual ya se tendrá más información al respecto.

5. Panorama y análisis

Son formatos que utilizan figuras como el panel o la mesa redonda para analizar todos los aspectos que rodean un asunto noticioso. Es muy profundo y riguroso en la manera de abordar y presentar la información, recurriendo con frecuencia a la opinión de expertos por medio de entrevistas frente a la cámara. Este formato permite a los periodistas presentar sus opiniones, por lo que podría decirse que más que informativo es un formato interpretativo, pues pretende ofrecer una valoración de la realidad.

- [6] PALACIO Arranz, Manuel y CORTELL Huot-Sordot, Guido y ALBORNOZ, Luis Alfonso. *Proyecto Media: Televisión* (En línea). Ministerio de educación y ciencia: España, 2007. "http://recursos.cnice.mec.es/media/television/ /bloque8/pag7. html" (citado en enero de 2009).

Para producir un magazín es necesario que se cumplan ciertas funciones que permiten organizar y dinamizar el trabajo. Aunque en muchos estudios de televisión existe una persona para cada cargo, debido a la magnitud de las producciones, en el caso de los canales comunitarios una sola persona puede ejercer varios de estos roles.
A continuación describiremos brevemente las figuras más importantes que intervienen en la producción de un magazín informativo para televisión.

Camarógrafo
Es quien "define el encuadre de la imagen y asegura su registro de acuerdo con el guión y la escenificación". (5: Saúl) En muchos casos se encarga también de cuidar que la luz y la textura de la imagen sean las adecuadas, función que en otras producciones corresponde al director de fotografía.

Director
Se encarga de articular y dirigir toda la parte de la grabación y edición del programa. Dirige a los camarógrafos y técnicos de sonido e iluminación, encargándose de que ocupen los lugares adecuados en el momento propicio. Se encarga de darle las indicaciones al presentador acerca de la mejor manera de transmitir este o aquél mensaje, de cuidar que entrevistador y entrevistado se ciñan a las directrices del programa y toma las decisiones respecto a las imágenes que deben buscarse para el mismo. Recibe también el nombre de realizador.

Editor
Persona encargada de darle coherencia al discurso audiovisual mediante la sucesión de planos y efectos, confeccionando el programa que se emitirá finalmente.

Guionista

Es quien redacta y pone a punto los guiones para la emisión de un programa. Suele estar presente durante los ensayos para detectar los posibles cambios que haya que hacer al texto.

Luminotécnico
Es el encargado de instalar los dispositivos de iluminación y de controlar la cantidad de luz artificial para cada plano. En muchos casos esta función la realiza el asistente de cámara o, incluso, el mismo camarógrafo.

Presentador
Es quien actúa como hilo conductor de un programa y como enlace para generar empatía con los televidentes.

Productor
Es la persona encargada de que cada una de las fases de producción, que ya mencionamos, funcione a la perfección, es decir, es quién supervisa la consecución del personal, de los implementos, de las locaciones, la grabación y edición del programa. Se encarga de que los recursos con los que cuenta la producción de un programa, sean monetarios, humanos, de utilería o de logística (transporte, almuerzos, etc.), sean invertidos de manera eficiente y eficaz. En definitiva, es quien toma las decisiones.

Sonidista
Se encarga de seleccionar el equipo de sonido, micrófonos, consolas, etc. que le permitan obtener la mejor calidad de sonido según las características de la producción. Se encarga también de grabar las voces y los sonidos y de mezclarlos adecuadamente. En producciones más pequeñas es quien se encarga de instalar los micrófonos corporales y de sostener la percha con el *boom* (ver glosario).

Elementos para un buen magazin

Para que una sola emisión de cualquier programa salga al aire, debe pasar por un proceso de producción en el que se trabaja de la misma manera que lo haría un grupo de arquitectos, ingenieros y albañiles al construir un edificio, es decir, realizando los planos del programa, haciendo luego la estructura interna y construyéndolo para, finalmente, encargarse de los toques finales como pintura, baldosas, etc.
En la producción de un programa encontramos, por ende, tres grandes etapas: preproducción, realización y postproducción. Analicemos cada una de ellas

I. Preproducción

El proceso que antecede a la toma de imágenes, es decir, todo lo que debe tenerse listo antes de comenzar a grabar el programa. Esta incluye la redacción del argumento del programa, la contratación del personal, la consecución de locaciones y permisos para grabar en ciertos lugares, el contacto con las fuentes o personas a entrevistar, los ensayos del guión, el casting para encontrar el presentador del magazín, la adquisición de material sonoro para ambientar el magazín, la grabación de cabezotes y promos, la consecución de cámaras, luces y diferentes elementos para la elaboración del set y la producción del programa, la formulación de cronogramas, etc.
Antes de comenzar a producir cualquier programa es necesario escribir el **argumento** del mismo, este incluye el objetivo, el enfoque principal, el formato, el tiempo que requerirá, el personal necesario y las locaciones o el radio de acción en el que se grabarán las notas (el municipio, la territorial, etc.). También deben determinarse los segmentos y la duración y el género de los mismos.
El argumento debe ofrecer una idea clara y concreta de lo que es el programa y lo que se busca son el mismo, la idea es que las correcciones al enfoque del programa se hagan en

este punto de la preproducción y no en la redacción misma del guión. Pero sobre todo, quien lo lea debe sentir que será un programa interesante.

Algunas recomendaciones:

1. Determine las metas y objetivos de la producción.
2. Identifique su audiencia específica.
3. Analice programas que se parezcan al que usted va a producir, ya sea que estén al aire o que hayan sido presentados en el pasado.
4. Escriba toda esta información.
5. Redacte un plan de producción, es decir, una tabla en la que especifique las actividades a realizar y el tiempo que se invertirá en cada uno.
6. Seleccione el personal.
7. Ensaye la presentación, siguiendo el orden predeterminado en el argumento, antes de la grabación.
8. Al culminar la grabación revise las cintas para comenzar la edición.

II. Realización

Es la grabación de las imágenes que se usarán durante el programa, sea este pregrabado o en vivo. Se incluyen aquí las intervenciones del conductor del programa, las entrevistas, las imágenes que se mostrarán durante las entrevistas o para graficar los temas abordados y las notas informativas.
Sin embargo, en esta etapa de la producción se realiza también la redacción y lectura del guión, la comprobación de los equipos antes de la captura de imágenes y los ensayos.
Profundicemos un poco:

Operaciones preliminares: Son todas las operaciones que se realizan de forma previa a la captura de las imágenes, como el encendido y la comprobación de que la cámara y los equipos de sonido e iluminación funcionen, que todos los aparatos cuenten con batería suficiente, que la cinta de video haya sido reemplazada o, en su defecto, que tenga suficiente espacio, y que los micrófonos puedan conectarse a la cámara. Debe comprobarse también que el trípode permita realizar los movimientos con fluidez y que la cámara pueda adaptarse sin problemas en este.
Si el programa es en vivo, se debe tener lista la musicalización y los títulos y créditos que se pondrán durante la transmisión, así como un nivel adecuado para la señal de los micrófonos.

Toma de imágenes: Esta etapa incluye la captura de imágenes con la cámara de video, incluidas las tomas de las entrevistas a las fuentes.
Para la realización de un magazín informativo no es necesario contar con un equipo millonario de grabación, tan sólo con una cámara y un programa de edición de video podemos sacar adelante un buen programa.
Este es el proceso más importante pues es la materia prima que nos permitirá confeccionar el entramado de nuestro programa y que determinará si es necesario hacer alguna corrección en el guión, ya sea por que no se pudo conseguir una imagen que se esperaba tener o porque las tomas registradas permiten ofrecer información que ofrezca una nuevo enfoque de los hechos.
Por este motivo, se hace necesario conocer el lenguaje audiovisual y la manera correcta de empalmar las tomas para dar forma a las notas, evitando con esto la captura excesiva de imágenes.
Para la captura de las imágenes se utilizan cámaras con diversos formatos. Algunas graban directamente en un DVD (Disco Versátil Digital) que es muy similar a un CD de

audio, pero permite muchísimo más tiempo de grabación de datos, sonido o video. Otras cámaras graban directamente en un disco duro interno, una especie de memoria que conserva las imágenes y el audio en el interior de la cámara y permite incluso realizar una edición básica antes de transferirlas a un computador.
Sin embargo, las más comerciales graban directamente en cintas de video con tamaño y calidad de imagen variables. El formato que más se utiliza actualmente es el Mini DV, que se asemeja a un casete de música pero tres veces más pequeño.

Guión: Es una guía que organiza y define el orden del programa, una estructura que plantea los pasos a seguir y permite llevar un control sobre el contenido del programa, incluido el material sonoro, musical, publicitario, etc., para que los camarógrafos y los técnicos se entiendan con los locutores.
Aunque en el magazín se utiliza el guión semi-escrito, en el que sólo aparecen los nombres de las secciones y el tiempo de cada una, algunos programas requieren de guiones escritos completamente, en los que se incluyen el audio y el video por cada segundo.
En la prensa escrita y en los libros, el lector puede releer un párrafo que le haya llamado la atención o no haya comprendido, puede obviar secciones de la lectura que no le interesan y seleccionar las imágenes y cuadros explicativos que quiere observar. En la televisión, el contenido se le entrega a la audiencia con una estructura preestablecida y sus opciones se limitan a acceder a éste en la manera en la que ha sido preestablecido o cambiar de canal, y esta última opción es lo que se busca evitar al crear contenido para televisión.

Por este motivo, redactar para televisión no es lo mismo que hacerlo para un medio escrito. Las ideas deben ser cortas, concisas y deben ser comprendidas inmediatamente, pues se corre el riesgo de perder la atención del público. Debido a la escasez de tiempo debe ofrecerse la información seleccionada en el menor tiempo posible sin que esta pierda claridad, lo que hace que este tipo de programas tengan un ritmo muy dinámico.
Debemos tener en cuenta que al leer disponemos de un grupo de palabras que le dan sentido a la información, mientras que en televisión escuchamos palabra por palabra, por lo que debemos retener cada una de estas hasta el final de una oración para comprender su significado. Esto hace que sea fácil perder el sentido de una frase y, por ende, el interés en el programa, si esta es muy larga.
Por este motivo, en un guión se utilizan frases cortas y concisas y, al igual que en radio, se utiliza la voz activa y se evitan los adjetivos.
Debe lograrse que lo que se escucha en el audio y lo que se ve en el video concuerden, sin que el sonido sea redundante con la imagen. Es decir, la audiencia se confunde si lo que ve no tiene nada que ver con lo que escucha, pero también es molesto si el audio le dice a uno lo que ya está bastante claro con las imágenes.
Lo que se busca entonces es que el diálogo complemente lo que se ve en las imágenes.
En cuento al ritmo de la narración, debemos buscar que no sea muy rápido, pues la audiencia puede perderse, ni muy lento, pues se puede aburrir.
El inicio y el final del programa son las partes más importantes. Se debe abrir con un segmento que atrape la atención de la audiencia, y cerrar con un final impactante para dejar buena impresión en la misma. Para mantener el interés es necesario también que el ritmo varíe para no generar monotonía, es decir, darle respiros a la audiencia, sin que se vuelva lento el programa y ofrecerle momentos más agitados sin que el programa se vuelva vertiginoso.

Ensayos: Incluye una etapa de lectura del guión para que los invitados y el presentador se familiaricen con el contenido, aunque la naturaleza del programa brinda espacio para una buena carga de improvisación por parte de éste.
No importa si la presentación se hará desde un estudio o desde un espacio exterior, debe hacerse un ensayo para que quienes están frente a las cámaras se familiaricen con el espacio, y para detectar posibles fallas técnicas en los equipos de grabación o iluminación

Presentación: La presentación de un magazín se hace de manera descomplicada, aunque sin excederse, pues no se trata de un magazín juvenil sino informativo. El presentador es el encargado de inyectarle el tono, el color y el ritmo al programa. De nada sirve un magazín con imágenes rápidas y dinámicas, si al momento de intervenir el presentador, lo hace con una voz lenta o inaudible, así como una presentación excesivamente rápida confunde al televidente, que recurre al control remoto para evitar la confusión que puede generarle dicha cascada de información.
El televidente promedio no sabe acerca de todo el proceso que existe detrás de una producción para televisión. Para él el programa es el presentador, y sólo se quedará viéndolo si siente empatía por el mismo. Por ello es importante que, a la hora de elegir un presentador, se tengan en cuenta factores como la edad, el sexo y la forma de expresarse, de acuerdo con el segmento al que va dirigido el espacio televisivo.
Es fundamental que la presentación se haga de manera dinámica y que el presentador se sepa expresar muy bien, conozca el tema tratado y posea gran capacidad de improvisación, ya que debe servir como hilo conductor del programa, anunciando el orden del mismo y la entrada a cada una de sus secciones.

El presentador o conductor se encarga también de realizar las entrevistas, conversar con los televidentes cuyas llamadas sean pasadas al set, en caso de que el programa sea en vivo, invitar a la gente a participar a través de los diferentes medios que se dispongan para la retroalimentación por parte de los mismos, y saludar y despedir el magazín.

III. Postproducción

Es la etapa de recepción del material, por parte del canal, y la edición del mismo. La edición es el proceso que permite tomar los segmentos de imágenes que consideramos apropiados y juntarlos, ubicándolos de manera que adquieran coherencia y concordancia con la idea o el mensaje que queremos transmitir. Durante este proceso se añade la música, la voz en off (ver glosario) y los sonidos que acompañarán el video. También se cuadrarán volúmenes, se añadirán los títulos y los créditos y se arreglarán las imágenes que requieran más o menos luz, brillo, color, etc.
Los procesos más importantes a realizar durante esta etapa son: la edición, la sonorización y los efectos especiales.

Edición: El proceso durante el cual se arma el programa con pequeñas piezas que se extraen de todo el material grabado. Mediante un software para la edición de video se le da forma al programa y se le añade el sonido, la música y los créditos, asegurándose de que todo concuerde y no exista ningún desfase entre las imágenes y el audio. El editor selecciona, en compañía del realizador, las imágenes que se utilizarán y recorta aquellas que, a lo largo del proceso, van siendo consideradas inservibles.
En este proceso se hace necesario cuidar la duración de las tomas, las secciones, las entrevistas y del producto final. También se debe prestar atención al ritmo del programa y al orden de las tomas, que miraremos luego con más detenimiento.
Para optimizar el tiempo de edición es necesario que desde la captura misma de las imágenes se vaya determinando qué escenas son susceptibles de ser utilizadas luego,

luego de la grabación se efectúa el pietaje, que es la revisión de las imágenes mientras se toma nota de las que finalmente se incluirán en el programa, registrando los segundos, los minutos y las horas que aparezcan en el "código de tiempo", un número de ocho dígitos que nos ayudan a identificar las imágenes con precisión.
Es necesario identificar con un título cada tiempo que anotemos de la siguiente manera:

00:13:50:06 – 00:14:05:23 Carlos subiéndose al bus.
00:15:35:12 – 00:16:00:07 Entrevista Carlos Ramírez Escobar

En este ejemplo vemos dos series, cada una compuesta por ocho números separados por dos puntos. En cada serie, el primer número corresponde a las horas, el segundo a los minutos, el tercero a los segundos y el último a los cuadros registrados en la cinta. La primera de estas series corresponde al inicio de la secuencia que vamos a sacar y el segundo al punto final.

Sonorización: Aunque en las producciones de los grandes canales este es un proceso elaborado en el que interviene el ingeniero de sonido con la ayuda de una consola de mezclas, la inclusión de las voces, la música y el sonido, las puede realizar el editor de video mediante el software de video con el que cuente el canal (algunas opciones gratuitas son *Kino* y *Cyberlink PowerDirector***,** que pueden ser descargadas desde Internet). Las voces pueden ser grabadas previamente usando un software de edición de sonido (Audacity es una opción de descarga libre muy fácil de usar), que permite equilibrar el volumen de las voces antes de añadirlas al video.

Efectos visuales: Los programas de edición de video vienen acompañados de una serie de efectos que se añaden a la narración visual con el fin de brindarle dinamismo. La imagen desvaneciéndose hacia la pantalla en negro o dos imágenes que se funden mientras una da paso a la otra son sólo algunos de los más utilizados. Estos efectos se añaden a la sucesión de secuencias de imágenes resultante de la edición, en los lugares que se considera necesario.

Como sugerencia para la elaboración del magazín televisivo presentamos los siguientes elementos, aunque es la voluntad de cada mesa la que debe primar para la elaboración de los mismos.
Nota: Para el significado de algunos de estos términos, que pueden resultar desconocidos, pro favor remitirse al glosario.
Aunque la producción de algunos de estos elementos, como cabezotes, promos y separadores, suele ser costosa, pues incluyen animaciones, música e imágenes, puede pensarse en opciones diferentes como que sea el mismo presentador quién los diga frente a la cámara, o crearlos utilizando algunas de las imágenes tomadas para la elaboración de las notas.

Nombre del programa:
Este será definido por cada mesa, teniendo en cuanta que sea novedoso y que se eviten los nombres obvios y comunes.
Un nombre debe ser corto, estético, simple, claro, y directo. Se debe encontrar un equilibrio que permita que el nombre sea fácil de recordar y que se encuentre con facilidad en el lenguaje común, sin sacrificar la originalidad.
Los nombres generan imágenes en la mente en el instante mismo en el que son escuchados, por lo que es importante no recurrir nunca a los dobles sentidos ni las vulgaridades, tratando de generar recordación, pues eso genera rechazo por parte de las personas.
Para seleccionar un nombre se puede recurrir a figuras retóricas literarias y a analogías, es decir, buscar palabras que evoquen imágenes similares a la idea que se quiere transmitir. Otra manera es realizar una lluvia de ideas en la que se proponga un número determinado de nombres y se le califique a cada uno las características que aquí mencionamos, en valores de 1 a 5. Luego de realizar la sumatoria, el que obtenga la mejor nota será el elegido.

Duración:

Depende del espacio asignado en el canal. En lo posible se busca que dure de 10 a 20 minutos.

Cabezote de bienvenida:
(Titulo del programa), una cita de X minutos dedicados a conocer lo que está pasando con el medio ambiente y con la mesa ambiental de tu municipio. Puedes vernos todos los (decir día, según lo pactado con el canal), a las (decir hora) por el canal X. Participa, comunica, gestiona. (Título del programa), ¡enredémonos en el ambiente!

Cabezote de despedida:
(Titulo del programa) seguirá informándote todo lo que pasa en tu Mesa ambiental. Recuerda que puede vernos todos los (día) a las (hora) por el canal X. Participa, comunica, gestiona. (Título del programa), ¡enredémonos en el ambiente!

Promo:
(Titulo del programa), un espacio que te conecta con los hechos ambientales más importantes de tu municipio. Participa, comunica, gestiona. Puedes vernos todos los (día) a las (hora), por el canal X. ¡Enredémonos en el ambiente!

Separadores:

- (Titulo del programa), ¡enredémonos en el ambiente!
- (Titulo del programa), con tu voz el medio ambiente es otro cuento.
- Participa, comunica, gestiona, (Titulo del programa), te conecta con el ambiente.

Temas para la elaboración de notas:

- Planes de Ordenamiento Territorial y Planes de Desarrollo. (Detectar qué lugar se le da al medio ambiente desde las políticas públicas).
- Alternativas económicas que ofrecen las administraciones y las autoridades ambientales para reemplazar aquellas actividades que afectan de manera negativa el medio ambiente. Por ejemplo los solares ecológicos, la exención tributaria a las empresas por responsabilidad social y la exoneración de impuestos por no tocar las hectáreas de bosque que se tienen en los predios.
- Problemáticas ambientales prioritarias en cada territorial y sus consecuencias para la región.
- Información sobre cómo prevenir y reducir el impacto negativo sobre el medio ambiente, en el municipio.
- Información sobre cómo puede hacer parte de la Mesa Ambiental.
- ¿Qué es y para qué sirve la Mesa Ambiental?
- Fortalezas ambientales del municipio y como preservarlas.
- Las herramientas y los pasos a seguir para la formulación y ejecución de proyectos desde la comunidad.
- Legislación en materia ambiental. Socializar la ley 99 de 1993 y las regulaciones que existan en los municipios con respecto a la problemática prioritaria definida.
- Socializar la ley 115 de 1994 para concientizar a maestros, estudiantes y padres de familia de la obligatoriedad de la enseñanza en materia ambiental, teniendo en cuenta que más que sancionar es formar y orientar.
- Lineamientos de los Proyectos Ambientales Educativos (PRAES).
- Información acerca de qué son los PROCEDA (Proyectos Ciudadanos de Educación Ambiental)
- Hablar sobre los PGIRS (Plan de Gestión Integral de Residuos Sólidos).

Producción

A continuación presentaremos algunos elementos que facilitarán la producción del magazín:

Notas periodísticas:
Luego de ensayar cámaras y micrófonos, procedemos a la captura de imágenes para las notas, teniendo siempre muy en cuenta el género en el que queremos realizar cada una. Por ejemplo, si es una noticia, recordar que no exceda los dos minutos y que con diez minutos de imágenes grabadas es suficiente para su elaboración.
Tanto en la grabación como en la edición es necesario tener en cuenta las unidades narrativas del lenguaje en imágenes, que "además de transmitir las informaciones del relato, estructuran el conjunto" del programa.
Una nota periodística está compuesta por diferentes segmentos de imágenes. Los más conocidos y utilizados son:

1. **La secuencia**
   Es la unión de varias escenas que deben estar juntas para que la narración adquiera significado y coherencia. Un programa de televisión está conformado por varias secuencias.

2. **La escena**
   En una escena se muestra la acción en un mismo lugar, con los mismos personajes y sin saltos en el tiempo. Una escena se compone de varios planos.

3. **El plano:**
   Es la unidad mínima, una imagen captada desde que en la cámara se oprime el obturador para grabar hasta que se detiene.
   Al grabar con la cámara de video, podemos hacer diferentes encuadres, obteniendo diversos **planos** de personas, lugares y cosas. La explicación de los planos que

presentamos a continuación, toman como referencia la figura humana, aunque pueden ser aplicados a cualquier objeto.

a. Plano general

Es una toma del lugar en el que sucede la acción. Estos planos se mantienen durante corto tiempo, sólo como referencia espacial, aunque pueden usarse cada cierto tiempo para mostrar cambios en la escenografía o como recordatorios. En el guión suelen usarse las abreviaturas PG o LS para referirse a este plano.

b. Plano de referencia

Es un plano que busca facilitar al espectador la ubicación en el lugar en el que ocurre la acción. Son generalmente planos generales del lugar en el que se encuentran los protagonistas de la escena, que muestran su posición con los diferentes objetos presentes en la locación de grabación.

c. Plano Medio

Aparece todo el cuerpo de un personaje, con un poco de espacio (aire) sobre la cabeza. Las cosas del entorno más próximo se incluyen todavía en la imagen como elementos importantes.

d. Plano americano

Muestra al personaje desde la cabeza hasta las rodillas, conservando aún cierta atención sobre algunos objetos del entorno.

e. Plano busto

Es una toma desde la cabeza hasta un poco más abajo de los hombros. Es muy utilizado para mostrar las intervenciones de las fuentes en las notas periodísticas.

f. Primer plano o close up

Es un acercamiento de alguna parte del cuerpo del personaje. Permite al espectador observar las reacciones y los gestos de quién habla, para determinar otros significados, diferentes a los que se transmiten a través de las palabras. Es muy utilizado en las entrevistas o para mostrar objetos que se encuentran por ejemplo en un escritorio o en la habitación en la que sucede la acción, con el fin de mostrar planos detalle que contextualicen la situación.

g. Primerísimo primer plano

Busca agregar dramatismo a la situación, mostrando sólo los ojos o la boca de un personaje, enfatizando en detalles como el sudor en la frente para indicar preocupación, o una sonrisa de satisfacción. También se utiliza para que el espectador pueda apreciar los detalles de un objeto como su textura o si se encuentra en mal estado, etc. En el guión, la presencia de este plano se indica con las siglas PPP.

h. Plano Subjetivo

Un plano que pretende ponernos en el lugar del personaje que protagoniza determinada escena, permitiéndonos ver lo que este está viendo, como si la cámara fueran sus ojos. Aquí se utilizan recursos como la inestabilidad de la cámara mientras avanza, para simular a la persona caminando.

i. **Plano recurso o de apoyo**
Son las imágenes que sirven para darle ritmo a la narración visual y apoyar las imágenes principales. Son generalmente acercamientos a los rostros o primeros planos de objetos que ayudan a contextualizar la acción que están realizando los personajes o la clase de lugar en la que se encuentran o, por ejemplo, detalles de escombros en el suelo, en caso de que estemos haciendo una nota sobre un temblor o una explosión.

También pueden usarse algunos movimientos de cámara básicos:

1. **Travelling**
La cámara se monta sobre un soporte y realiza movimientos de acercamiento o alejamiento de un personaje, o se mueve detrás de él o a su lado o de manera circular alrededor del mismo o de la acción que se está realizando.

   a. **Dolly**
   Es un movimiento de travelling en el que la cámara se acerca o se aleja del sujeto.

   b. **Truck**
   Es un movimiento de travelling en el que la cámara viaja al lado del protagonista.

2. **Zooming**
Es un efecto de acercamiento o alejamiento similar al obtenido mediante el *travelling*, con la diferencia de que, en este caso, se logra mediante un movimiento del lente, sin que la cámara se mueva de su sitio.

   a. **Zoom in**
   Actualmente, todas las cámaras poseen un accesorio que permite realizar este movimiento.

   b. **Zoom out**
   Se logra de la misma manera que el *zoom in*, pero en este caso el efecto obtenido es de alejamiento.

3. **Panorámica**
Es un movimiento de la cámara que intenta simular el movimiento de la cabeza de un observador que recorre con la vista un lugar sin moverse de su sitio. Dicho movimiento puede ser diagonal, vertical, diagonal o formando un arco. Este movimiento también se conoce como paneo.

   a. **Persecución**
   La cámara sigue el movimiento de un objeto, por ejemplo un auto en movimiento, sin moverse de su sitio.

   b. **Barrido**
   La cámara pasa de un encuadre fijo a otro, de manera intempestiva. Este movimiento se usa para enlazar dos planos.

En cuanto al tiempo adecuado para la realización de las notas, es necesario saber que cuando entrevistamos a las fuentes para poner en éstas sus declaraciones, sólo necesitaremos de 20 a 30 segundos por personaje, esto hace que dos preguntas por fuente sean suficientes para obtener la información que necesitamos.
En cuanto a las imágenes para "pintar" los párrafos leídos por el realizador, es importante tener en cuenta que cada imagen debe durar entre 3 y 10 segundos, según el ritmo de la toma. Sólo si está cargada de acción puede durar más.

Una vez obtenidas las imágenes procedemos a elegir las que nos servirán para elaborar la nota, teniendo en cuenta que debemos respetar la lógica de los planos, por ejemplo, no pasar inmediatamente de un plano general a un primer plano, sino utilizar un plano de referencia como transición y viceversa.
También debemos respetar la continuidad. Si en una toma en la que un personaje se baja de un auto, este sale de la imagen por la derecha, en la siguiente toma, desde el exterior del auto, no puede quedar ubicado al lado izquierdo de la pantalla.
Lo mismo se aplica con respecto a la lógica de causa y efecto. Si en una secuencia vemos a un hombre que se acerca a un vendedor de frutas y pregunta por una piña, y en la siguiente los vemos enfrascados en una pelea verbal, nos quedamos sin saber cual fue el motivo de la discusión, por lo que suponemos que falta una secuencia en el medio que no puede ser omitida.
En cuanto hayamos decidido que imágenes usaremos, podemos redactar las notas. Para las notas informativas, es suficiente con cuatro párrafos de 3 ó 4 líneas cada uno, pero si lo que se construye es una crónica, al igual que para radio, podemos tomarnos ciertas licencias en el lenguaje y en la manera en que narramos, es decir, podemos salirnos de la linealidad narrativa de la noticia y jugar con el orden de la narración, la lógica de causa-efecto y las motivaciones para los personajes de la misma, teniendo en cuenta que debemos ser siempre fieles a la verdad.

Guión:
Se redactará luego de haber realizado toda la reportería, elaborado las notas y determinado cuales son las que van a salir al aire, pues puede suceder que una nota no se emita aunque haya sido preparada.
Se manejarán dos columnas, una para las indicaciones técnicas de cámara y sonido y otra para el contenido. Recordemos que en esta última sólo se pone el nombre de la sección, el tiempo de duración y una frase guía para el presentador, quien debe recurrir a la improvisación para hacer fluir el programa, aunque, si se considera necesario, se puede escribir por completo el párrafo que se dirá ante las cámaras, recordando que debe ser corto, conciso y dinámico.
En caso de que se vaya a tener un invitado lo mejor es redactar las preguntas y analizar la necesidad de incluirlas en el guión. También se deben incluir los promos, cabezotes y separadores, indicando el orden en el que aparecerán.
Finalmente, se entrega al camarógrafo, al presentador y al editor.
Las siglas o abreviaturas que se utilizan comúnmente en los guiones son:

1. **EXT e INT**
   Se utilizan en el guión para indicar que la acción sucede en el interior de algún recinto o en el exterior.

2. **SOT-sonido-en-cinta (sound on tape).**

En el guión, indica que el sonido que se utilizará en esa toma, sea ambiente o de una entrevista, será el del audio que se grabó con la cámara a la par con las imágenes registradas.

3. VTR (video tape recorder)
Es la cinta de video con el material en bruto, es decir, sin editar.

4. VO (voice over o voz encima)
Es cuando la narración se realiza sobre las imágenes o cuando suena a un volumen más alto que el sonido ambiente o la música.

5. Voz en Off
Es la voz del narrador que no aparece en cámara, sino que refiere los acontecimientos y va hilando la historia que se está contando a través de las imágenes.

6. MIC
En el guión, se refiera al micrófono.

7. OS (over shoulder).
Es una toma muy común en las entrevistas, y en ella se muestra el hombro de una persona y la parte trasera de su cabeza.

8. LOC
Se refiere al locutor.

9. KEY
Designa los momentos de la producción en los que aparecen créditos, nombres y títulos sobre la imagen.

10. SFX o F/X
Hace referencia a los efectos especiales, sean de audio (SFX) o de video (F/X).

11. Fade in:
Se trata del paso de la pantalla negra, durante unos tres segundos, a la imagen. Es un efecto que se añade durante el proceso de edición y señala el principio o el final de un capitulo o una sección de un programa. También sirve para mostrar cambios de tiempo o de lugar.

12. Fade out:
Es el efecto contrario al *fade in*, pues se pasa de la imagen a la pantalla negra. Ambos efectos se conocen también como disolvencias.

Presentación:
A la hora de grabar los segmentos de presentación que serán el hilo conductor del programa, es importante que el presentador tenga en cuenta:

1. Hablar como si estuviese conversando, de manera coloquial.
2. Hacer que la gente se preocupe por el tema (en este caso el ambiente), abordándolos por la ruta emocional.

3. Verificar con los guionistas que la estructura sea comprensible, y asegurarse de que la gente identifique claramente los segmentos y los momentos en los que habrá un cambio de tema.
4. No excederse en la información ofrecida en un solo programa, priorizando los temas más importantes en caso de que haya muchos para abordar.

Entrevistas

Aunque la entrevista es un elemento necesario dentro de un magazín informativo, pues genera credibilidad al obtener la información directamente de la fuente, debe ser manejado con cuidado pues este género le resta ritmo al programa y podemos perder a la audiencia.

Por ello debemos asegurarnos de pasarlas en el momento adecuado, según la evolución de cada programa, y de que no duren demasiado, así como de mantener el interés de quiénes observan el programa mediante preguntas inteligentes y que puedan generar respuestas cargadas de contenido.

El entrevistador debe asegurarse también de que el invitado no se salga del tema, no redunde ni titubee o se demore demasiado dando una respuesta. Si el entrevistado habla muy despacio hay que buscar dinamizar el ritmo del diálogo, y si habla muy rápido hay que pedirle que clarifique o repita conceptos que se crea no hayan quedado claros para la audiencia.

Una manera de imprimirle ritmo a la entrevista es pregrabando algunas respuestas en otras locaciones que tengan que ver con el tema tratado, e intercalarlas con la entrevista en estudio. También pueden mostrarse imágenes relativas al tema mientras se deja el sonido de la entrevista.

Disposición técnica:

Según el programa de edición de video que utilice el canal, se incluirá el audio (música, voz en off, sonido ambiente), y los créditos a las imágenes previamente organizadas. También se incluyen aquí los promos, cabezotes y separadores, en caso de que se tengan pregrabados.

Una vez emitido el programa se llena el formato de registro (Anexo 1), el cual debe contener: programa, fecha de emisión, realizadores, tema tratado, invitados, camarógrafo(s), editor, equipo técnico (luces, sonido, etc.) y sinopsis.

Cada municipio debe conservar los archivos digitales y los formatos de registro de los programas emitidos, para poder llevar un control.

A continuación sugerimos una estructura básica de magazín que puede ser modificada por cada una de las mesas según el tiempo y las herramientas de las que dispongan.

Nota: Los términos que no se comprendan pueden ser consultados en el glosario que se incluye al final de este documento.

Cabezote de bienvenida (En caso de que esté pregrabado, sino, puede ser dicho por el presentador durante el saludo, sin necesidad de pregrabarlo)

Cortina (Puede sostenerse en segundo plano durante todo este tiempo, y aumentar el volumen cuando el locutor no esté hablando).

Presentador: (Saludo y presentación del invitado, en caso de que se tenga, y del tema sobre el que dialogarán).

Separador

Presentador: (Sumario de los temas a tratar durante el programa).

Separador (Con el nombre de la sección)

Presentador: Anuncia de nuevo el primer tema y se pasa el video con la nota, crónica o entrevista pregrabada).

Cortina

Presentador: Anuncia el nombre de la sección y describe el tema a tratar para luego pasar la segunda nota.

Se puede seguir este procedimiento con todos los temas a tratar, separándolos con promos, cortinas o separadores.

Al invitado se le puede dar entrada cuando se crea pertinente y tener todo el diálogo con el en una sola sección o pueden hacérsele dos o tres preguntas antes de cada sección y preguntarle que opina sobre el tema de cada nota para darle dinamismo al magazín.

Separador o promo

Cortina

Presentador: Despedida.

Cabezote de despedida.

Créditos

Glosario

Boom
Micrófono alargado que se adhiere a una percha y se sostiene por encima de la acción que se está grabando, logrando un acercamiento sin que éste aparezca en cámara.

Cabezote
Es una pieza audiovisual que complementa el programa, pues le da identidad y cuenta cual es el objetivo del mismo. Puede usarse al principio del magazín, al final o en ambos momentos. Dura entre 15 y 20 segundos.

Cinta máster
Es el casete de audio o video en el que hemos grabado las imágenes, entrevistas, planos de apoyo y, en general, el contenido bruto sin editar.

Cortes
Son cambios instantáneos de tomas, sin ninguna disolvencia de por medio.

Cortina
Es la música que suena en el fondo cada vez que habla el presentador. Se busca que sea siempre la misma para generar recordación en el televidente y afianzar la identidad del programa. Suele comenzar en primer plano, es decir, con volumen alto, y bajar luego de nivel para dar paso al conductor del espacio.

Fuente
Es toda persona que tenga la facultad de brindarnos la información, ya sea porque es un representante acreditado y reconocido de una institución o simplemente porque es el testigo ocular de un hecho o una persona que se encuentre directamente implicada en un suceso noticioso.
También existen otro tipo de fuentes, conocidas como documentales, que nos sirven para complementar la información. Estas pueden ser libros, videos, archivos de audio, etc.

Fulles
Son los planos en los que una fuente aparece dando una declaración ante la cámara durante la transmisión de una noticia.

Levaliere
Son micrófonos pequeños que se prenden a la ropa de presentadores y entrevistados para mantenerlos fuera de la vista del televidente.

Locación
Es el lugar en el que se realiza la toma de los planos, es decir, la captura del video.

Parrilla
Es la totalidad de los programas de un canal, ordenados según el día y la hora de emisión.

Percha
Barra móvil y alargada que permite sostener el *boom*.

Pregrabado
El programa grabado completamente antes de su emisión. Esta modalidad trae una serie de ventajas en la etapa de postproducción, pues permite solucionar errores cometidos durante la grabación, o reestructurar el programa para aumentarle o bajarle el ritmo según la necesidad. En cuanto a las entrevistas pregrabadas, pueden ser editadas para sacar los apartes más relevantes de lo dicho por la fuente.

Promo
Es una especie de cuña televisiva que se utiliza durante la emisión del programa, o en otros espacios del mismo canal, para invitar a las personas a verlo. Ofrece información como el nombre del espacio, la fecha y la hora de emisión. Suele durar entre 15 y 20 segundos.

Separadores
Son imágenes o animaciones que se muestran durante muy pocos segundos y sirven para separar y anunciar las secciones de un espacio televisivo.

Stills
Son imágenes fijas que se utilizan para complementar las ideas narradas por un presentador o una fuente y se muestran a medida que éste habla.

BIBLIOGRAFÍA

- CUERVO Castellanco, Ana Rosa. *La crónica, género entre la literatura y el periodismo.* Ed: Bogotá, 1985.
- MONTOYA G., Saúl. *La producción de videos: procesos y modos de expresión.* Universidad de Antioquia: Medellín, 2001.
- VIGIL Vásquez, Manuel. *El oficio del periodista: noticia, información, crónica.* Dopesa: Barcelona, 1972.
- BIASUTTO, Miguel Ángel. *Realizar un documental*. Revista Comunicar, octubre, número 3. Grupo Comunicar. Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación: Andalucía, 1994. pp. 142-145.
- El Colombiano. *Manual de estilo y redacción.* Imprelibros S.A: Cali, 2003.

VIRTUOGRAFÍA

- Departamento Administrativo Nacional de Estadística, DANE. *Tecnologías de información* (En línea). DANE: Bogotá, 2006. "http://www.dane.gov.co/index.php?option=com_content&task=section&id=41&Itemid=78" (citado en enero de 2009).
- PALACIO Arranz, Manuel y CORTELL Huot-Sordot, Guido y ALBORNOZ, Luis Alfonso. *Proyecto Media: Televisión* (En línea). Ministerio de educación y ciencia: España, 2007. "http://recursos.cnice.mec.es/media/television/extras

/glosariogen.html" (citado en enero de 2009).

- WHITTAKER, Ron. *Producción de televisión: cibertexto en línea sobre producción de campo y estudio* (En línea). "http://www.internetcampus.com/span/tvp_sind.htm" (citado en enero de 2009).

- GUERRA, María del Rosario. *La televisión: Entre lo público y lo privado.* (En línea).Ministerio de Comunicaciones: Bogotá, 2008. "http://www.mincomunicaciones.gov.co/mincom/src/user_docs/Noticias/debateTVsenado.pdf" (citado en enero de 2009).

ANEXOS

Anexo 1:
Formato de registro

Magazín XXX Emisión N0—

Territorial: _____
Mesa Ambiental: ___(Poner el municipio)_____
Canal: _____
Fecha de emisión: _____
Realizadores: _____
Cámara: _____
Edición: _____
Tema tratado: _____
Invitados: _____
Sinopsis: _____
_____
_____
_____