



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

**Sistematización de la experiencia de práctica profesional
como periodista de investigación en el programa *Cuatro Caminos*,
de RCN Televisión**

Trabajo de grado suscrito por
Luisa Fernanda Cumbe Lozano

Bajo la dirección del profesor
Juan Guillermo Arias Marín

Y aprobado como requisito para optar por
el título profesional de **comunicadora social**

Bogotá, D. C., septiembre de 2018



Tabla de contenido

Introducción.....	3
Objetivos.....	5
Planteamiento general de esta sistematización de experiencias.....	6
 • Capítulo 1: Reconocimiento del entorno laboral	
Empresa.....	8
Programa <i>Cuatro Caminos</i>	10
Equipo de trabajo.....	13
 • Capítulo 2: De la teoría a la práctica	
De lo público a lo privado.....	16
Otros aspectos teóricos.....	18
 • Capítulo 3: Toma de decisiones y jerarquización de información	
Selección de notas.....	21
Clasificación de información.....	22
Autorización, requisitos y producción.....	23
 Conclusiones.....	 24
 Bibliografía.....	 25



INTRODUCCIÓN

Este trabajo trata sobre la intención, proceso y creación de un reportaje audiovisual, teniendo como base la teoría de la filósofa y teórica Hannah Arendt acerca de la relación entre las esferas pública y privada en las que se encuentran envueltos los intereses y necesidades de la sociedad moderna.

Esto a partir del trabajo que desempeñé durante ocho meses como integrante del equipo del programa *Cuatro Caminos*, del canal RCN Televisión, un programa de investigación periodística en donde participé en cada una de las actividades que un periodista de investigación debe realizar para lograr un producto comunicativo adecuado para la audiencia, que en este caso debía ser en modalidad crónica o reportaje corto.

La producción de una nota audiovisual requiere del uso de todas las herramientas y recursos que como investigador debe tener un periodista. Como criterio de trabajo se debe tener siempre la diversidad de fuentes como base de un mejor ejercicio de narración en cualquier situación.

El conocimiento del tema en todas sus versiones nutre la nota del periodista, es por esto que la cantidad de voces que se refieran al tema son útiles en el propósito no solo de cumplir con los principios del rigor periodístico, sino también con la intención de ganar un mayor interés e identidad de los televidentes. Como periodista, mi deber no puede limitarse a hacer un señalamiento específico, sino, todo lo contrario, a abrir todas las perspectivas al televidente para que él mismo elabore sus propias interpretaciones.

Pero la producción de este informativo no depende solo de un atento manejo de fuentes, sino también de un seguimiento a corto plazo sobre todo aquello que se relaciona con el tema escogido. En general, una crónica o reportaje corto en televisión debe ser llamativo para que mantenga al televidente de comienzo a fin de la emisión.



Este programa sale al aire cada domingo en el horario de ocho a nueve de la noche, dato que no carece de relevancia, ya que se trata de un horario familiar, así que se busca que los temas conciten el interés de los televidentes de todas las edades y que cada quine se sienta identificado o afectado al menos por alguna de las perspectivas incluidas en cada historia.

A parte de esto, la competencia por los índices de audiencia se libra directamente con el programa *Séptimo Día*, del Canal Caracol, un programa con lineamientos muy similares a *Cuatro Caminos*, así que, de ambos lados, el afán es la búsqueda de la exclusividad y la novedad en los temas, lo que se supone que es el factor de atracción de la teleaudiencia.

Séptimo Día es un programa con gran difusión en la audiencia colombiana, fruto de su más larga trayectoria al aire, ventaja frente a la cual los periodistas y directivos de *Cuatro Caminos* deben hacer gala de todas sus habilidades y capacidades profesionales para emparejar la pugna por la teleaudiencia.

De allí la alta exigencia de los parámetros de referencia para aprobar, investigar, grabar y editar una nota, desde el beneplácito del director del programa hasta sus exigencias alrededor de la factura del material, todo por la búsqueda de la permanencia del programa basada en el incremento del *rating*.

El programa *Cuatro Caminos* no solo busca complacer al televidente, sino que también deben limitarse al trabajo dentro de ciertos márgenes que impone el canal de televisión RCN.



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

Personería Jurídica 3645 del 6 de Agosto de 1965

OBJETIVOS

- Describir los aspectos más relevantes que definen el trabajo de un periodista de investigación
- Visibilizar los factores que influyen en la elaboración de un producto audiovisual periodístico
- Entender las dinámicas laborales de un grupo de investigación periodística tipo de un canal de televisión y las labores que cumple cada uno dentro de la organización
- Reconocer lo visible/no visible y la relación entre apariencia, realidad y privación de información en lo público y lo privado desde la perspectiva de Hannah Arendt



PLANTEAMIENTO GENERAL DE ESTA SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIA

¿Qué experiencia se va a sistematizar?

La sistematización de esta experiencia la realicé durante mi permanencia en el programa periodístico *Cuatro Caminos*, del Canal RCN. Este ejercicio implicó una etnografía que especifica cómo es el proceso de selección, producción, ejecución y edición en la intención de sacar al aire una nota de investigación periodística. Esto, junto con todos los factores que implica el permanecer del programa dentro de la parrilla, siguiendo no solo los intereses de los periodistas y de los televidentes sino también acoplándose a los intereses de RCN como empresa.

¿Por qué se va a sistematizar esa experiencia concreta y no otra?

En el ejercicio de la sistematización de esta experiencia, se buscará entender la forma de trabajar de un programa de televisión periodístico mostrando de qué manera se mueven los intereses de la misma como empresa y como equipo de investigación. Esta es la manera más clara de conocer las formas de trabajo en un medio investigativo como este.

¿Por qué es necesario hacerlo?

Es importante dar a conocer un programa investigativo de este nivel desde otra perspectiva, es clave saber la importancia que tiene la audiencia en estos casos y todos los procesos que deben seguir para generar un buen producto dentro de los márgenes que propone RCN como cadena de televisión en pos de ganar la preferencia de la audiencia.



¿Quiénes se beneficiarán con esta clase de conocimiento?

Durante la formación académica de pregrado de la Universidad Santo Tomás se presentan muchos enfoques investigativos según las temáticas y el campo en el que se trabaje, pero todo se ve más claro al escoger un énfasis en donde el tipo de investigación toma una linealidad específica.

Los estudiantes que escojan periodismo como énfasis en sus últimos semestres y tengan en mente el periodismo de investigación como preferencia, aquí podrán datarse un poco más acerca de cómo es la experiencia en un verdadero equipo de investigación periodística, incluso se vivirán momentos muy similares al proceso en el énfasis.

¿Para qué ha de servir este conocimiento?

Para esta etapa, todo aquel estudiante que esté interesado en el periodismo de investigación y lea este documento pueda conocer un poco más el trabajo en un medio de este tipo, y en esta cadena de televisión.

Muchas veces creemos que la investigación se realiza solo con datos, pero esta se conforma de historia, registros, imágenes y hechos reales, que forman parte de un interés privado que tiene la sociedad frente a una problemática o un evento de interés.



CAPITULO 1

EMPRESA

RCN Televisión es una de los dos canales privados de comunicación masiva más antiguos y reconocidos de Colombia, junto con Caracol Televisión, y una de las empresas de la organización Ardila Lülle con mayor influencia mediática, por lo cual, desde su gerencia, tiene como prioridad conformar y mantener una parrilla que logre generar identidad, satisfacción y un mayor interés de la audiencia.

Tanto el personal del área administrativa y de producción como el equipo periodístico y demás integrantes del Canal comparten la preocupación permanente por incrementar el *rating*, es decir, mayor audiencia en sus producciones en comparación con su principal competencia, Caracol Televisión.

En el transcurso de los ocho meses que trabajé allí, el Canal RCN estaba pasando por una de sus más agudas crisis como empresa: el cambio de director del noticiero —que desde el 2012 había sido el periodista Rodrigo Pardo García— por la periodista Claudia Gurisatti Barreto —quien tomó la dirección del mismo en 2015— no produjo el resultado positivo que se esperaba, según se especula, por la aun mayor derechización que dicha designación supuso en la agenda noticiosa durante la campaña presidencial de 2008. Para los medidores del rating la reacción adversa de la audiencia fue sensible.

Debido a esto el noticiero comenzó a notar bajas en el público que, aunque no eran enormes, sí eran lo suficientemente notables como para impactar negativamente la capacidad de facturación de la empresa. La paulatina disminución de audiencia en los últimos dos años era considerable, y los rumores hasta vaticinaban en un posible cierre definitivo del Canal, pero como componente de una gran organización, la lucha por mantenerse al aire era indeclinable.



Dentro de la parrilla del Canal, el noticiero maneja tres franjas: una de seis a siete de la mañana; otra a mediodía, de doce y media a dos de la tarde; y la franja de las siete a las ocho de la noche. Esto quiere decir que parte en tres su programación, por lo cual se trata del contenido que más espacio tiene al aire, lo que implica que su baja en el *rating* no solo afecte el noticiero, sino al Canal y al resto de programas en su conjunto.

De allí que los administrativos y gestores se vieran en la obligación de buscar soluciones efectivas y eficaces para que el Canal no siguiera perdiendo. Una de las estrategias fue reforzar económicamente las programaciones que iban antes y después del noticiero, y hallar una contraparte a esas franjas que mayor fuerza en audiencia tenía el Canal de la competencia

Durante este proceso se requerían cambios, y desde el área ejecutiva el Canal dio un giro con la renuncia del presidente, Gabriel Reyes Copello, a comienzos del año 2018, quien decidió dimitir para favorecer el inicio de una etapa nueva para el Canal. A su reemplazo llegó el economista José Roberto Arango.

Con la nueva administración llegan también renovadas expectativas que comienzan a suscitarse a partir de un recorrido de charlas y sugerencias con los integrantes de cada una de las áreas y programas que conforman el Canal, para aclarar y negar definitivamente todos los rumores alrededor de la posibilidad de sacar del aire el Canal, o de transmitir solo por cable. Así, pues, consecuentemente, el Canal firmó por los próximos cuatro años la prórroga para transmitir por antena a nivel nacional e internacional, con lo que asegura, al menos por un buen tiempo más, su permanencia como canal privado de televisión abierta.



PROGRAMA CUATRO CAMINOS

Cuatro Caminos, programa periodístico de investigación los domingos de ocho a nueve de la noche, fue creado en el 2015 con la intención de competir directamente con *Séptimo Día*, del Canal Caracol, que hasta el momento era el programa periodístico con más alto recaudo.

Desde sus inicios, como bien lo indica su nombre, se planteó con la idea de mostrar cuatro variantes de investigación diferentes a cargo de cuatro periodistas con finalidades diferentes. Como director esta desde entonces Diego Fajardo, quien nombró su sección en sus inicios como “la investigación”; un reportaje en profundidad acerca de un hecho de importancia en la actualidad, labor que aún ejerce, pero retirando el nombre específico que tenía su sección.

Junto a él trabajaba el periodista Mauricio Vélez, quien en sus inicios se encargó de una sección llamada “La portada”, la cual, al parecer, no tuvo gran impacto y fue reemplazada por “Valientes”, en junio de 2015, dirigida por el periodista y presentador Felipe Arias, quien se encargó de producir reportajes que mostraran la cara linda del país, a través de historias de vida de personas que han superado situaciones críticas o que por otra parte se destacan con su labor humanitaria.

Como parte del equipo de periodistas estaba Silvia Corzo, con “La entrevista”, sección orientada a entablar un diálogo biográfico con un personaje de interés del momento. Esta sección que se mantuvo a su cargo hasta diciembre del mismo año.

Junto a ellos trabajó la periodista Diana Salinas, con la sección “Doscientas horas”, un periodismo de inmersión total en alguna situación que generara interés o controversia en las audiencias, sección que tuvo a su cargo hasta su última emisión en marzo de 2016.



Con el retiro simultáneo de Silvia Corzo y Diana Salinas, llegó la periodista Gloria Lozano con un tipo de investigación que pretende privilegiar importantes denuncias, enfrentar las contrapartes y aclarar la verdad de los hechos.

El español Rafael Taibo llegó a formar del equipo con un nuevo formato dedicado a temas paranormales, el cual dio gran resultado y caló rápidamente en los gustos de un público, al parecer muy numeroso, que no había visto un programa con estas características en la parrilla de la televisión colombiana. Así que para el 2017, Rafa Taibo logró crear una sección independiente que llamó “Ellos están aquí”, a la que, por su éxito de audiencia, otorgaron una franja de una hora completa los domingos después de *Cuatro Caminos*.

Con esta novedad llegó la periodista Viviana Vivas, con el periodismo de inmersión, lo que completó de este modo la intención original del programa: cuatro periodistas con cuatro investigaciones diferentes, pero para este momento la identidad de cada segmento, como fue concebida en sus inicios, se había perdido; aun así, el programa, luego de dos años de su primera emisión, había logrado mantenerse en la parrilla de los domingos.

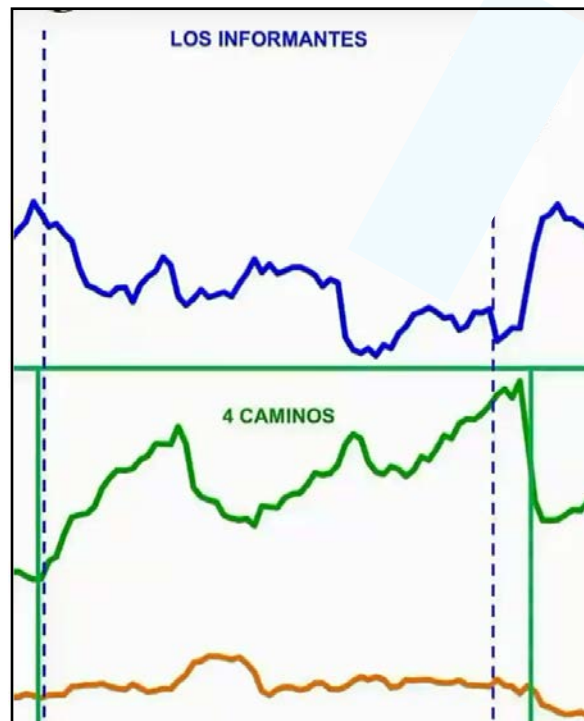
A mi llegada, en agosto de 2017, el programa estaba logrando sus mejores resultados. Con sus trabajos periodísticos, innovadores y de interés, equilibraban la balanza del *rating* con el programa competencia, y estaban llegando al reconocimiento que se buscaba desde el inicio.

Por cuestiones laborales, sobre las cuales no tengo conocimiento claro, en diciembre del mismo año Viviana Vivas deja *Cuatro Caminos*.



En diciembre del mismo año *Cuatro Caminos* está en su mejor momento, cada programa es un paso más para mantenerse en esta franja, y en ocasiones lográbamos tener un *rating* igual o incluso mejor que el enfrentado, lo cual es mucho decir si se tiene en cuenta que *Cuatro Caminos* solo lleva tres años y medio al aire, en comparación con los más de ocho años que lleva al aire *Séptimo Día*, Estos resultados fueron un gran incentivo para el equipo de trabajo que compone *Cuatro Caminos* y que hacen que cada ocho días la audiencia se enganche más con el trabajo periodístico de este programa.

Figura N.º 1:
Rating en la franja de 8 a 9:00 p. m. de Los Informantes vs. Cuatro Caminos,
25 de septiembre de 2018





EQUIPO DE TRABAJO

Desde el primer día que ingresé a la oficina de *Cuatro Caminos* fue confuso identificar cada uno de los integrantes que hacían parte del equipo, la jerarquización allí es importante, en la medida en que ella define las labores que se le imponen a cada uno.

Figura N.º 2:
Posición de Cuatro Caminos en la jerarquía organizacional del RCN Televisión

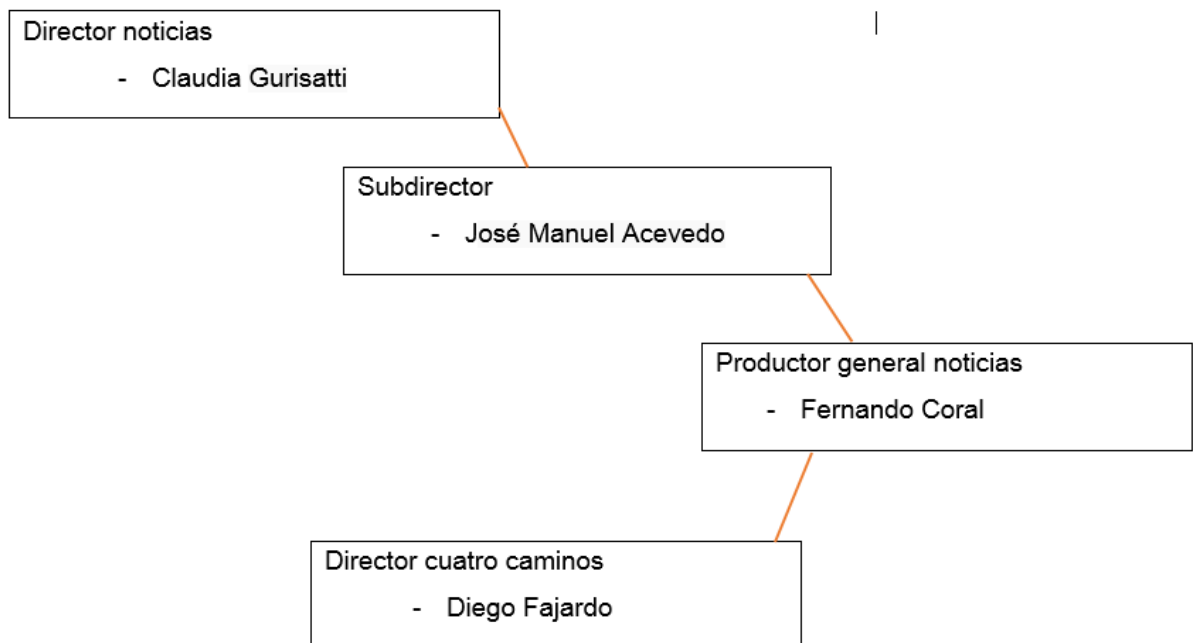
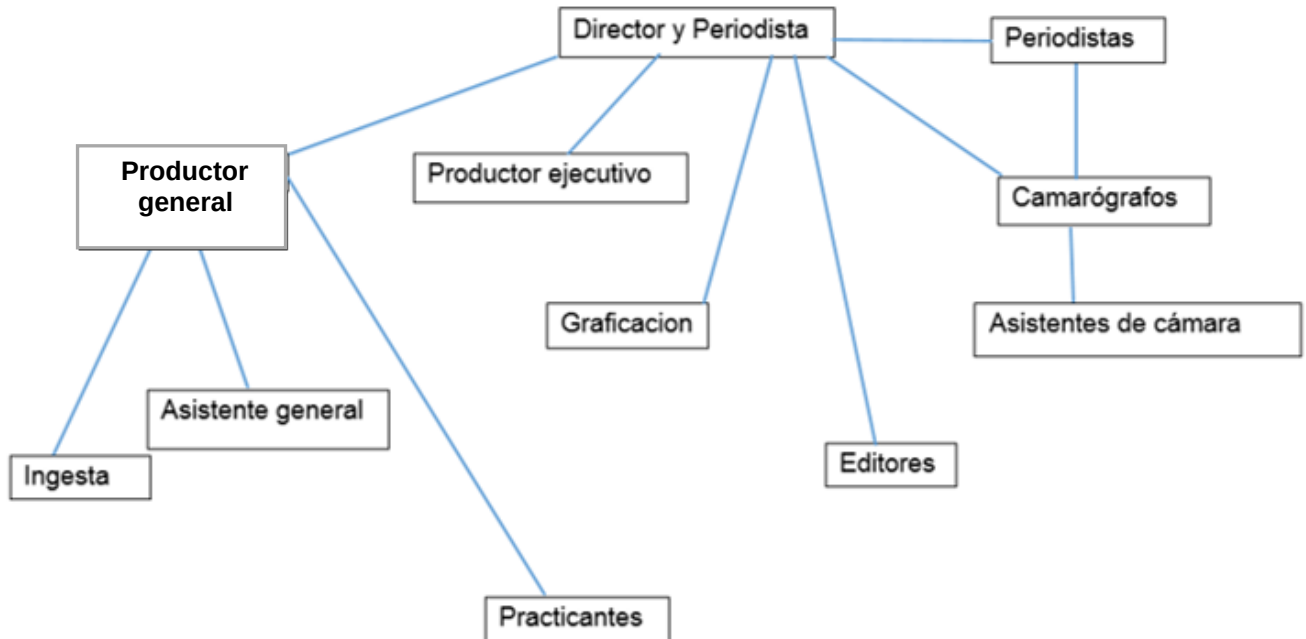




Figura N.º 3:
Organigrama interno del equipo periodístico de Cuatro Caminos



Los cuatro productores periodísticos que acompañan a cada uno de los periodistas son su mano derecha ya que son los encargados de toda la producción en cada una de las notas, conseguir las entrevistas, los escenarios de grabación, las fuentes pertinentes, entre otras, son las labores que deben ejecutar de manera ordena y concreta para disponer en manos de cada uno de los periodistas lo que sea requerido.

El productor general junto con su asistente tiene la labor de conseguir a tiempo todos los materiales, permisos y presupuestos que se necesitan para cada una de las grabaciones, además de los vehículos, pasaportes o boletos de viaje que se requieran para el mismo fin.

Por otra parte, el productor ejecutivo tiene la labor en primera instancia de organizar los turnos de edición que se requieran para cada producto y que así mismo los equipos de



edición y producción se encuentren en las mejores condiciones. En segunda instancia debe verificar que cada una de las promos y productos que salen al aire, tengan el tiempo y las pausas adecuadas exigidas por el Canal para el programa, y que los permisos de audio y marcas sean respetados dentro del material.

Los camarógrafos y asistentes de cámara apoyan además rotativamente el trabajo periodístico del programa sobre temas paranormales, de Rafa Taibo, y especiales RCN, pero cabe aclarar que la prioridad es su labor en *Cuatro Caminos*.

Los cuatro editores que trabajan para el programa se rotan en dos turnos: dos en la mañana y dos en la tarde, repartidos en dos salas de edición, además de una sala que comparten, graficación e ingesta, vale aclarar que ingesta está en manos de una persona que se encarga de enviar y convertir a formato adaptable todo el material audiovisual que viene del externo y que de este modo llegue de manera correcta a las salas de edición.

En ese momento el programa contaba con tres practicantes que debían apoyar todo el trabajo periodístico del programa, ya que el trabajo allí es constante y todas las semanas cada periodista debe estar trabajando entre dos y tres notas.

La convivencia, como en todo medio, aunque parece fácil, no logra serlo, es delicado el saber manejar y sortear las situaciones y el agradar toma más importancia de la que debería merecer, el hecho de ser practicante resta voz y voto sobre lo que quisieras, puedes y no puedes hacer como principiante en esta labor, la euforia por realizar una nota propia es máxima, pero entre las labores que se otorgan al practicante, esta idea pasa pronto a segundo plano.

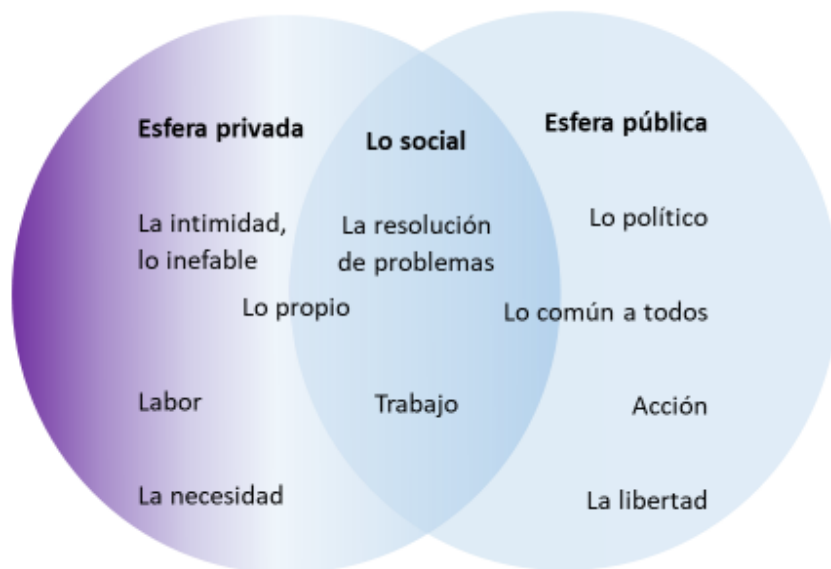


CAPITULO 2

De lo público a lo privado

La relación entre dos ámbitos propios de la modernidad, la esfera pública y la privada, estaba marcada tanto por la mutua exclusión como por la complementariedad, Hannah Arendt (1906-1975)

Figura N.º 4:
La esfera pública y la privada, según Hannah Arendt



Un programa como *Cuatro Caminos* se caracteriza por buscar un interés social frente a alguna necesidad político/privada de una masa, para obtener como resultado un alto nivel en su audiencia, logrando posicionarse en una parrilla específica y contando con la aprobación privada y económica de los administrativos de la empresa para mantenerse dentro de la franja.



Siendo así los factores que se tienen en cuenta para seleccionar un tema de investigación que salga al aire cada ocho días, deben tener en cuenta los intereses comunes enfocados en una problemática social de gran impacto.

A lo que se refiere Arendt (1958) se relaciona en gran medida con la labor de un periodista, ya que debe tener en cuenta todo rasgo distintivo del mundo privado, reconstruyendo mediante un discurso audiovisual un espacio donde los seres humanos viven juntos guiados por sus deseos y necesidades.

Un ejemplo claro de esto en *Cuatro Caminos* es el trabajo que realiza el periodista Felipe Arias, que encaja con uno de los factores que utiliza la filósofa Hannah Arendt para referirse a el reino público, que era también el mundo donde los seres humanos podían lucirse, superarse a sí mismos a través de actos de honor y coraje, trascender la mortalidad de los individuos comunes, dejar una huella en la historia, y de ese modo lograr una especie de inmortalidad que supera la destrucción natural del tiempo.

Este método es una gran estrategia para generar más audiencia y mayor impacto tanto emocional como personal a los sujetos de la sociedad.

Durante mi experiencia dentro del equipo de trabajo de *Cuatro Caminos*, cada lunes que se realizaba el ejercicio de consejo de redacción cada uno de los periodistas, productores y practicantes debían proponer de dos a tres historias que cumplieran con la gran mayoría de características que se han venido destacando.

Pero se aprobaban dos de tres propuestas, estos reportajes tomaban entre dos y tres semanas, en la producción y edición, para que las historias estuvieran listas una semana antes de salir al aire. Por lo tanto, siempre se estaba corriendo contra el tiempo para que cada domingo se pudieran copar las dos horas que tenían en la franja.



De esta manera se cumple con una de las bases periodísticas, una noticia es más noticia si se puede seguir construyendo información a partir de ella durante varios días, esto facilita el desarrollo del tema, ya que se convierte en un hecho real y conocido en el cual ya se han determinado las fuentes necesarias y formas de encararlo o contrarrestarlo.

Durante los ocho meses que estuve allí, salieron al aire un aproximado de 54 notas periodísticas cada una con una característica que la sobreponía al interés común de las masas, y casi el doble de las mismas que se produjeron fueron negadas, por no cumplir con esas necesidades e intereses de la audiencia.

OTROS ASPECTOS TEÓRICOS

Otra figura a tener en cuenta en este tipo de periodismo en una empresa como RCN es el factor económico y político de la empresa, debido a que estamos en una época en la que el proceso de globalización económica favorece la expansión de un medio (Klinenberg, 1999) una de las consecuencias de este fenómeno es la monopolización del mercado y de los discursos sobre la sociedad y la dificultad para la aparición de voces diferentes y la práctica de un periodismo independiente.

Por lo tanto el periodista no logra obtener una independencia total sobre la noticia e información que se trabaja en un proceso de investigación, en este caso el periodista se vuelve en un multimediático que reparte su tiempo entre el diario de papel, en este caso la pantalla televisiva, en detrimento de sus investigaciones, afirma Klinenberg.

El efecto noticioso de una nota redunda en dos aspectos: por una parte, su oferta y circulación como cualquier mercancía; y por otra, la espectacularización, que desplaza el eje de relevancia y trivializa el interés público, la consigna es posicionarse con ventaja en el mercado (Ford 1999).



Vale la pena destacar un caso distinto dentro de este amplio tema de los intereses público/privados, y es el de la satisfacción y necesidad por un hecho de solaz que incluso como lo es en este caso, no genera ningún beneficio más que el de entretener y alimentar las curiosidades del hombre, esto en el caso del programa de Rafa Taibo, *Ellos están aquí*.

Hablar de una sociedad del info-entretenimiento sea quizás una de las maneras de caracterizar esta etapa sociocultural contemporánea, en la que la oferta noticiosa resulta “un coctel de información y entretenimiento, de temas pesados e intrascendentes, banales, escandalosos o macabros, de argumentación, narradas en forma de clip como películas de ficción (Ford).

Y es allí donde se cuestiona lo que se convierte primordial, consumir para una audiencia, y qué tan banal suele ser en algunos casos, y cómo llega a tener tanto *rating* un programa que genera un contenido más dirigido hacia la distracción que para dar información.

Es claro que la linealidad del programa viene dirigida desde la empresa, como medio, porque así como el programa debe cumplir una agenda para el medio, el medio debe cumplir con una agenda de fuentes productoras que llegan a casi un papel de patrocinadores del mismo. En estos casos “los medios aseguran continuidad y homogeneidad a la visión del mundo presentado” (Wolf, 1991: 253).

Por eso el trabajo de cada uno de los periodistas es pensar como la audiencia y tener en cuenta cada una de las características para producir reportajes periodísticos para televisión.

La sociedad es tanto participe de la historia como sus productores, esto quiere decir que cada uno de los sujetos a los que van dirigidos estos programas de investigación son a su vez los encargados de ser los propios protagonistas y/o testigos de los hechos resaltantes, tal como lo plantea McQuail (1998): «la sociedad como fuente de acontecimientos realiza



dos tipos de acciones: la de producir los hechos noticiables, y la de producir comentarios y opiniones que originan y se constituyen en nuevos y nuevas noticias».

Según la incidencia en la vida de la sociedad en términos del pasado, presente y futuro, el grado de importancia y de gravedad de un hecho, toma este su lugar. Y el impacto sobre la nación y sobre el interés nacional o local se define por el tipo de historia y público al que iría dirigido.

Porque de este público depende lo que aumente o disminuya el *rating* del programa y del Canal en general, esta parte de la selección era estratégica ya que el punto es afianzar la mayor cantidad de audiencia incluso en comparación con la actual competencia de *Séptimo Día*. En varios casos las notas locales son más relevantes que las nacionales, ya que afectan a un gran número de sujetos, y tiene efectos en la realidad de los mismos. Es decir, la audiencia capitalina es la más numerosa de todas las del país y, en consecuencia, ella define la importancia de los temas.

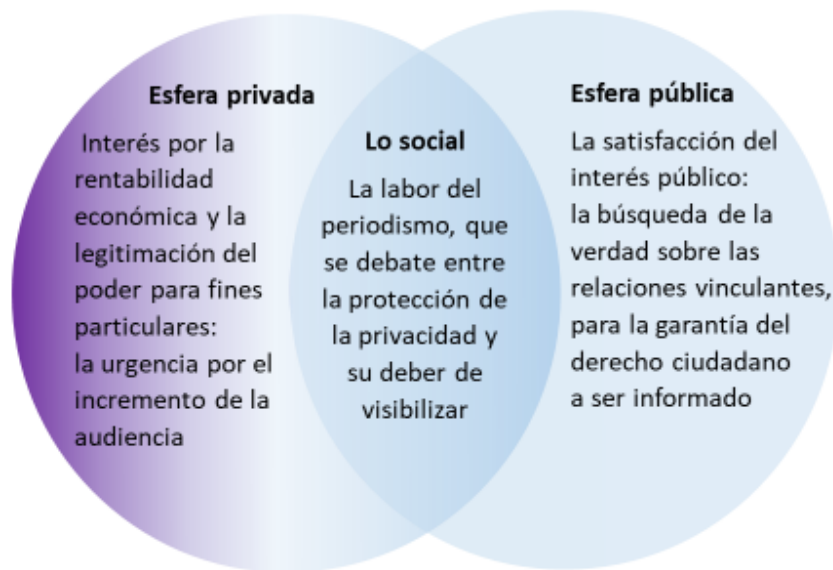


CAPITULO 3

SELECCIÓN DE NOTAS

La labor de un periodista se debe caracterizar por un trabajo social, para el pueblo y por el pueblo. En Colombia las situaciones que aquejan a los ciudadanos son variadas, y el periodista, antes que dar posibles soluciones a estas problemáticas, se encarga de encontrar la verdad, de dar voz a todos los sujetos que pueden llegar a estar involucrados de manera directa o indirecta con la situación, y mostrar con veracidad e imparcialidad aquellas situaciones, que no solo afectan a un individuo, sino a una población en masa.

Figura N.º 5:
El periodismo, entre lo público y lo privado



Es por esto que el trabajo periodístico que se realiza en *Cuatro Caminos* es dedicado a dar voz a todas aquellas personas que a través de sus historias han vivido situaciones que de una u otra manera pueden ser un ejemplo de lo que viven muchos ciudadanos más en nuestro país.



Por esto los cuatro productores periodísticos y los cuatro periodistas junto con los demás integrantes del equipo “cuatro k”, como se suele llamar dentro del grupo, se reúnen todos los lunes en el consejo de redacción, una reunión que iniciaba a las nueve de la mañana y se extendía durante dos o tres horas, dependiendo de las historias que se presentaban.

Cada productor, periodista y practicante debe presentar entre dos y tres historias, y el director, con la aprobación de la producción, decide qué notas serán presentadas, en qué orden se investigarán, cuáles son más fuertes y de impacto para la audiencia, cuáles quedan como prioridad y cuáles se descartan.

Luego de esta selección, se hace una revisión a los proyectos y/o notas que están próximas a salir al aire, verificando sus permisos, y que todas las fuentes que se involucran tengan voz y opinión respecto a la problemática.

Las historias que generaban debate, se seleccionaban luego de unos argumentos y pilares básicos que debe cumplir la nota por parte de quien la presenta, y luego por votación del equipo se determinaba si se trabaja o se descartaba.

CLASIFICACIÓN DE INFORMACIÓN

Aunque todas las historias llegan a ser interesantes e importantes, las que salgan al aire deben cumplir con unas características específicas, es importante que a la hora de vender la historia sea detallada, con un protagonista unos afectados y de interés común, debía tener lo que llamamos como un “plus”, aquello que hace que sea diferente a las demás.

- El eje central de la nota debe referir una problemática social.
- Que sean accesibles todas las fuentes oficiales personales y legales que amerite el caso, a menos que fuera denuncia.
- Impacto social.
- Los temas referidos en fallecimientos trágicos, asesinatos o estafas son los más comunes, aunque la programación es variada.



- Se tiene en cuenta a qué tipo de audiencias va dirigido el material.
- Todos los testimonios y/o denuncias deben estar afirmadas, corroboradas y sustentadas con pruebas tangibles.
- La historia debió o debe generar gran debate o controversia a la mayor cantidad de audiencia posible a nivel nacional.
- No se trabajan temas relacionados en contra de alguna empresa de la organización Ardila Lülle
- No se trabajan temas relacionado al sicariato, o grupos armados al margen de la ley.

AUTORIZACIÓN, REQUISITOS Y PRODUCCIÓN

El trabajo periodístico que se realiza en *Cuatro Caminos* debe cumplir unos aspectos legales que permitan avanzar con mayor fuerza y mejor ejecución la producción y edición de los reportajes. Cada imagen y cada canción que se utilice deben ser autorizadas por el Canal, ya sea por los derechos de autor del material o por material propio de la empresa.

La productora general es la encargada de manejar y llevar al orden todos estos documentos. Además de los permisos que deben tener las imágenes y videos, los periodistas y sus equipos de trabajo deben tener en cuenta que en gran parte de escenarios donde se quiera trabajar deben estar autorizados.

Para completar la producción de un reportaje de investigación se debe tener clara la intención con que se quiere llegar a la audiencia por esto siempre se busca que el reportaje cumpla con un grado de exclusividad y/o primicia, que permita enganchar al público e identificarlo con la historia.

Y todos los escenarios y materiales que se necesiten para lograr llevar una historia a la pantalla deben reconstruir hechos reales y auténticos.



CONCLUSIONES

Con mi trabajo en *Cuatro Caminos* entendí por qué durante toda mi carrera el trabajo periodístico y de investigación era primordial: en el mundo laboral un periodista se encuentra con limitaciones a la hora de escoger una denuncia o una historia para resaltar, la televisión y el manejo del *rating* es exigente, y para lograr sacar un buen productor periodístico se deben tener claras cada una de las características que deben tener.

Durante mi estadía allí, detallé el trabajo de cada uno de los integrantes del equipo *Cuatro Caminos*, además de evidenciar cómo se maneja la información y la elaboración de un producto en torno a intereses públicos o privados de la sociedad que, en búsqueda de la satisfacción de una necesidad o de un interés común, gira alrededor de una temática que la hace partícipe, comentarista y en varios casos testigo de los mismos hechos.

Es por esto que la labor del periodista no solo depende de lo importante que es informar o denunciar un hecho, sino que también debe cumplir y alinearse a una serie de requisitos que se fueron desarrollando durante el texto en los cuales se describe cómo se trabaja en un medio de televisión y qué aspectos son tenidos en cuenta detrás de pantallas para que un programa de investigación periodística como *Cuatro Caminos* logre sacar entre dos a tres notas cada domingo, generando *rating*, comentarios en redes sociales y mayor inversión de la empresa en este programa.

Por otra parte, siempre será importante para un periodista generar controversia respecto a algún tema, la noticia que han tocado diversos medios y que ha llegado a tocar a diversas zonas del país puede ser un ejemplo claro de temas que pueden generar un mayor interés.

Aunque se cuestiona si aquello que causa interés es un hecho que nos afecta como sociedad o llegar a ser solo una forma de aumentar la banalidad de lo que consideramos un tema de interés, más allá de si es noticia o a cambio es espectáculo o fantasía, siempre se trabaja con la misma intención: lograr la mayor cantidad de críticas e identidad con la situación.



Bibliografía

- Arendt H. “La condición humana”. Barcelona. Paidós
- Bourdieu P. (1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Martini S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Sánchez E. (2005). *Medios de comunicación y democracia*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Thompson J. (2010) “Los límites cambiantes de la vida pública y la privada”. Universidad de Cambridge. Reino Unido. Blog: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188252X2011000100002