

TRABAJO DE GRADO

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FALCULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PARA LA PAZ

TUTOR: CLARISA CHAVES

COORDINADOR DE TRABAJO DE GRADO: MARIA CONSUELO CAYCEDO

SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS EN NOTICIAS RCN

JUNIO 2018

INDICE

1. INTRODUCCIÓN

CAPITULO I

2. JUSTIFICACIÓN

3. PREGUNTA ORIENTADORA

4. OBJETIVO GENERAL

4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

5. MARCO DE REFERENCIA DE LA PRACTICA PROFESIONAL

5.1 FUNCIONES DEL PRACTICANTE

CAPITULO II

6. MARCO TEÓRICO

7. LISTADO DE COSAS QUE HAN IMPACTADO

CAPITULO III

8. MARCO CONCEPTUAL

9. CONCLUSIONES E INTERPRETACIÓN

10. BIBLIOGRAFIA

11. GALERIA

12. ANEXOS

1. INTRODUCCIÓN

Por medio de la sistematización de experiencias se mostrará la experiencia de un periodista practicante dentro de un medio de comunicación de importancia a nivel nacional y regional. A través del el trabajo se quiere dejar evidencia sobre la labor que tiene un pasante en RCN T.V., analizando el proceso del profesional en sus diversos trabajos periodísticos, quehaceres al interior de la institución, su sentido propositivo en cuestión de temas innovadores o curiosos para realizar cubrimiento o seguimiento, asimismo, esta sistematización busca plasmar la labor profesional y social que se enmarca dentro de una práctica universitaria en el sector mediático, como la televisión.

A través de la práctica y del trabajo académico se analiza fortalezas y debilidades de los practicantes que encuentran una opción de aprendizaje en el periodismo.

La elección de RCN T.V. como medio de análisis para el trabajo, está vinculada con mi labor de pasante en este medio televisivo, y mi conocimiento directo de la institución, los periodistas y demás practicantes.

Noticias RCN es un medio de comunicación que por medio de la información y la opinión busca desde sus diferentes áreas y secciones dar cuenta de los hechos noticiosos que ocurren diariamente en Colombia y el mundo, en Noticias RCN va con secciones para la gente como “Si o No” en donde el debate público es el centro de conversación; “RCN CONTIGO” que trabaja el caso de incumplimiento de las EPS con sus pacientes mientras ayuda a que sean solucionadas para contribuir al bienestar de la gente; “TRIBUNA RCN” que desde el área de Deportes RCN le da

voz al hincha en los diferentes eventos y escenarios deportivos.

Acto seguido, se da a conocer una breve reseña sobre el objetivo del Canal RCN y

Noticias RCN:

El compromiso de RCN Televisión es informar y entretener. Es así como se ha consolidado como el canal líder en el país y uno de los más importantes en Latinoamérica. Gracias a la calidad del trabajo del equipo humano que compone RCN Televisión, exporta sus producciones a más de cien países, y ha lleva su señal internacional a todos los países latinoamericanos. Logrando no empiezas una oración con gerundios llegar a más de seis millones de hogares en el mundo, RCN Televisión se ha consolidado como una empresa en permanente crecimiento, contando con la mejor infraestructura y siempre en busca de nuevos horizontes, llegando así a generar con su iniciativa más de 2000 empleos directos, repartidos en la diversa programación nacional e internacional.

RCN Televisión cuenta con canales nacionales y también internacionales como NTN24, RCN Novelas y Nuestra Tele. RCN Televisión se ha consolidado como una de las grandes opciones a la hora de generar la mejor información y el mejor entretenimiento que solo el talento colombiano puede dar (OAL, 2017).

Uno de los ejes principales de RCN es su noticiero, que tiene tres emisiones al día, la primera inicia a las 5:45am, después sale al aire a las 12:30 pm, y la emisión principal es a las 7:00pm. Durante las tres emisiones el noticiero muestra aspectos de carácter local, nacional e internacional, en materias como la política, economía, salud, educación, panorama global, entre otros, teniendo un orden en cuanto a la primicia de la noticia y su importancia en la sociedad.

Dentro de toda esta gran estructura, RCN T.V., la entidad cuenta con más de 2000 mil empleados con diferentes labores, diversas ideas que construyen a la institución, siendo los practicantes en el área de periodismo, un grupo de profesionales selectos para conformar parte del equipo de trabajo, necesitando el canal de sus conocimientos para la construcción de noticias, cubrimientos de eventos, realización de entrevistas, notas para las diferentes emisiones del noticiero o programa el que han sido ubicados.

En primera instancia cabe resaltar el proceso de selección para aplicar a las pasantías. Inicialmente el postulante debe acceder a presentar tres entrevistas. La primera tiene como eje aspectos generales de las personas (Nombre, edad, nivel de escolaridad, etc.), posteriormente se realiza un examen de actualidad noticiosa en donde se trabajan todas las fuentes informativas, como la televisión, internet, prensa escrita, libros, entre otras, ese primer acercamiento de la persona al canal el en el cual se habla sobre el gusto por las investigación en periodismo, bases teóricas y las labores que desearía desempeñar en el canal.

La segunda entrevista es una conversación grupal, buscando que todos los postulantes plantean el por qué deben ser escogidos como practicantes del

noticiero, a la vez se hace una actividad lúdica en la cual solamente una persona es la escogida para ganar.

La tercera entrevista es con una persona encargada (periodista) de la coordinación de noticias, la cual revisa el examen realizado en el primer encuentro y se dialoga para escoger en que área se desempeña mejor la persona. De ser éxitos el proceso se admite a la persona como practicante.

Esta sistematización irá enfocada hacia el rol del practicante durante el periodo de pasantías dentro de Noticias RCN, al igual se identifican las fortalezas y debilidades que se demuestran en el tiempo estimado.

Sin embargo el tema periodístico es lo más significativo, el caso de escribir textos para televisión, conocer y manejar las aplicaciones y canales que brinda el canal para obtener imágenes (Reuters, SAM, Ingesta, FTP y el área de contribuciones), por otra parte conocer el lenguaje que se utiliza en la televisión, los nombres específicos de cada formato periodístico (VO, VTR, Full, IN, CamFull, Fdto, Dto, DtoVO, etc).

A su vez se realiza investigación en el área a la que el practicante pertenece, es decir tener idea en este caso (Deportes RCN) metodología de trabajo, objetivos a cumplir, metas grupales y responsabilidades dentro del área.

En última instancia este documento dará idea de lo que se vive como practicante en un medio masivo de comunicación como Noticias RCN, cuáles son los puntos a favor y en contra de pertenecer a un noticiero influyente en el país; además de

cosechar la experiencia, responsabilidad, adquisición de nuevos conocimientos, adaptación a un ambiente laboral, entre otros aspectos, que permita generar para información que impacte en la tele audiencia con contenidos entretenidos e periodísticos conjugando la imagen con el texto para así poder lograr una nota con calidad.

CAPITULO I

2. JUSTIFICACIÓN

De acuerdo con objetivo principal de esta sistematización que habla de las necesidades de un medio masivo de comunicación relacionadas con las capacidades de los practicantes de periodismo es importante tener en cuenta que se trabajó durante ocho (8) meses para obtener una guía principal basándose en una serie de parámetros organizados y conocer el rol del periodista, las actividades que desarrolló, así como una guía de orientación desde una sencilla propuesta que abarca otras perspectivas creativas sobre los temas a tratar, potenciando las actitudes del practicante, volviéndose un profesional con mayores competencias técnicas que le permiten acoplarse en diferentes entornos laborales.

Así mismo, la presente sistematización se convierte en una herramienta para que futuros practicantes conozcan que sí es posible generar grandes o pequeños cambios que contribuyan o que evidencien el ejercicio periodístico.

Se busca analizar como los procesos periodísticos en televisión pueden ser aplicados por los practicantes, y como se establece en el campo laboral el uso de las herramientas para un buen desempeño dentro y fuera de la sala de redacción, como la realización de entrevistas, notas para el noticiero, contenido web, entre otros. También el buen uso del lenguaje técnico utilizado en el noticiero, en beneficio de un excelente desempeño como periodista del área de Deportes RCN, utilizando una locución óptima, entendible y concreta al momento de hacer un cubrimiento o una nota.

Por otro lado servirá para visibilizar las relaciones interpersonales entre el practicante, jefes, periodistas, editores, ingenieros, archivadores y camarógrafos, buscando entender en qué circunstancias el rol del practicante se confunde para no ejercer la labor periodística independiente. Será una identificación de roles dentro de Noticias RCN haciendo énfasis en la relación practicante-periodista que es la que más provoca confusión en los meses de inicio.

Finalmente esta sistematización será útil para detectar las fortalezas y debilidades en términos de periodismo, con las que aterriza un practicante en un medio masivo como Noticias RCN y entregar así mismo una propuesta a los postulantes para que su experiencia dentro del noticiero sea exitosa y logre tener un buen inicio en su carrera laboral.

3. PREGUNTA ORIENTADORA

¿Cómo lograr que la experiencia del practicante en un medio masivo como Noticias RCN mejore desde las necesidades del medio y las potencialidades del practicante?

4. OBJETIVO GENERAL

Comprender las competencias de los periodistas-practicantes en relación con sus fortalezas y debilidades en su proceso dentro RCN T.V.

4.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Analizar los procesos periodísticos en el manejo de herramientas de diseño, edición y uso de lenguaje noticioso en sus trabajos o labores con RCN T.V.
- Interpretar las relaciones interpersonales entre el practicante y el periodista jefe o líder para conocer en qué momento se confunden las funciones del practicante.
- Identificar las fortalezas y debilidades con las que llegan los practicantes de periodismo con miras a una propuesta de mejoramiento de la experiencia.

5. MARCO DE REFERENCIA DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Sobre el inicio de la práctica:

Desde el primer día de práctica profesional se tiene contacto con el jefe directo, en este caso José David Rodríguez, editor general de Deportes RCN; en el camino el junto los demás periodistas se encargan de guiar el accionar del practicante. Se les explica las aplicaciones específicas del noticiero como INWES (para la continuidad), INGESTA (servidor de imágenes de archivo del noticiero) y SAM (Sistema de Archivo Multimedia edición?), después de conocer cómo se utilizan esas herramientas. El siguiente paso es el contacto con camarógrafos, editores e ingenieros, que al final serán el complemento para sacar adelante la emisión del noticiero.

Cesar Perdomo, Editor General de Noticias RCN, analiza el material organizado, verifica su calidad, veracidad y coherencia, buscando sacar “al aire” el mejor contenido posible hecho por los periodistas(incluyendo practicantes).

Es una oportunidad clave para el practicante realizar reportería, el pasante tiene la responsabilidad de organizar el tiempo, la fuente, y queda a cargo de un grupo de trabajo conformado por camarógrafo, asistente y conductor. En las primeras reporterías es fundamental tener liderazgo y carácter para coordinar el grupo de trabajo que suministra el noticiero para suplir la continuidad de noticias.

De la primera semana a la segunda, es clave aprender cómo se manejan cada una de las herramientas que el noticiero brinda para sacar material y entender cuáles son los caminos más eficaces para elaborar un trabajo periodístico con calidad.

Frases relevantes en el inicio de la práctica en Noticias RCN puedo resaltar “Olvide las 5 W” y “primero aprendemos a caminar y luego a correr”, esto quiere decir que al inicio se comienza con un poco de cautela, novatez y una cierta cantidad de incertidumbre en los procesos al interior del canal, pero al paso del tiempo y con la adquisición de experiencia se logra ser un profesional pasante más dinámico, propositivo en temas y pro activo en diversas áreas, es importante para el practicante adaptarse a la metodología de trabajo y al lineamiento periodístico que tiene Noticias RCN en el área deportiva.

Para el practicante es clave sentirse útil y tener paciencia en un medio como Noticias RCN, ya que en principio por ser una ficha nueva, van a ser pocas las oportunidades de realizar grandes trabajos o poder leer una noticia. El practicante debe saber esperar el tiempo y el momento indicado para “figurar” pero el secreto de unas buenas prácticas es proponer variedad de temas, entrevistas e historias. Cuando el compromiso es sobre una historia propuesta por el practicante más opción va tener de salir al aire y darse a conocer en la sala de redacción entre los demás periodistas, es decir, acorde a sus ideas, entusiasmo, calidad y coherencia de lo que propone, dinamismo y curiosidad, se le brindará más participación en el noticiero.

Antes de emitir el contenido al aire, hay un grupo de jefes para cada emisión del día, encabezado por Gustavo Nieto, quien analiza, escucha, observa y aprueba o niega la publicación de la noticia; la nota debe contener calidad, objetividad, claridad y ser tener fuentes con la que basa el relato.

5.1 FUNCIONES DEL PRACTICANTE

REALIZACIÓN DE VTR PARA DEPORTES RCN Y NOTICIAS RCN	ACTIVIDADES
PROPUESTA	Proponer alguna nota. VTR Realizar el montaje de notas de corresponsales. Editar en formato VO, Reel o CamFull
REDACCIÓN	La redacción del texto de acuerdo a las imágenes es el principio básico de la televisión, es clave que no existan redundancias visuales, verbos fáciles, prima el Sujeto, verbo y predicado en la escritura para televisión.
PRODUCCIÓN	Organización de imágenes en ingesta, Sam, P2 – Pietaje. Este punto es clave ya que depende de aquí una edición dinámica y veloz Redactar créditos en la contnuidad.

EDICIÓN	Solicitud de sala de edición Si el caso es leer, se realiza la lectura del texto en salas. De acuerdo al pietaje se le indica al editor la ruta y en un trabajo conjunto se tapan las notas y se envían al servidor general con un ID para que la producción del noticiero la seleccione cuando vaya salir al aire de acuerdo a la continuidad.
RESULTADO FINAL	El VTR, VO, Reel O cam full al aire para el televidente.

CAPITULO II

6. MARCO TEÓRICO

Entendemos que RCN es un canal de televisión, una organización constituida a lo largo de los 51 años en la población colombiana. Explicaré de manera breve que se entiende por empresa y como se ajusta este concepto a RCN Televisión.

Para los autores Julio García y Cristóbal Casanueva, una empresa es una "entidad que, mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados" (García y Casanueva, 2001).

RCN cuenta con el capital humano para ser considerada como una de las empresas más grandes e importantes del país, reconocidos empresarios, periodistas y gente de vida pública constituyen a este canal; además de todo el personal logístico que se esconde detrás de cada producción, actores y actrices, deportistas, personal de seguridad, entre otros, hacen que esta cadena de televisión se haya solidificado en el mercado de las comunicaciones.

También el canal cuenta con los elementos técnicos para realizar sus transmisiones como satélites, equipos de video y audio, automóviles, instalaciones para la emisión de programas, personal preparado para el área de su accionar y equipos de última tecnología.

Asimismo, consiguen unos ingresos que son gestionados por medio de una estrategia de mercadeo (factor que profundizaremos más adelante) que hacen que exista un funcionamiento al interior de la empresa y que sea rentable obtener unas ganancias para futuras inversiones.

Tenemos otra definición de lo que se percibe por empresa y nos brinda el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., (1999) es "unidad económica de producción, transformación o prestación de servicios, cuya razón de ser es satisfacer una necesidad existente en la sociedad"

Esta última definición no da un panorama mucho más amplio, añadiendo la satisfacción de la sociedad. Se repite mucho que las funciones de los medios son educar, entretener e informar, sobre diferentes temas, problemáticas o simplemente causar un efecto sobre un público. En RCN se busca entretener por medio de las transmisiones de fútbol, los concursos, informar por medio de las noticias y educar en cierta manera por sus programas (algo muy criticado por la sociedad, si en verdad cumplen con una función educadora). Ahora por la rama del mercadeo, base de toda compañía de comunicación, uno de los pilares en el funcionamiento de RCN o cualquier cadena televisiva

Según la American Marketing Association (AMA), el mercadeo es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general. (Marketing Directo, 2017).

Esta explicación nos brinda una breve y concreta interpretación, manifestando que el mercadeo es un acción que busca comunicar una idea o producto en la sociedad; es una herramienta que se debe utilizar al interior de las instituciones, empresas, se podría decir que es de carácter obligatorio.

El mercadeo es la directriz por la cual RCN se ha logrado posicionar en los medios televisivos. Se podría decir que sus contenidos son lo que hacen que se recuerde al canal como una novela o una épica final de futbol, lo cual es cierto, pero por medio de la gestión del mercadeo se puede lograr un mayor impacto entre las audiencias.

Al tener una definición de mercadeo, es lógico pensar que esta rama de conocimiento tiene una función primordial el incentivar y/o promover el consumo de un producto o de una idea, llegando a las personas de una manera global, pero sin perder la noción de emitir un mensaje específico y con unos objetivos claros.

Según la American Marketing Asociation (A.M.A.) un producto es: conjunto de atributos (características, funciones, beneficios y usos) que le dan la capacidad para ser intercambiado o usado. (American Marketing Asociation 2006). El producto como primera definición sería un conjunto de características que lo hacen diferente a los demás otorgándole una serie de unos funcionales. Para el caso de RCN sus productos son los contenidos televisivos que transmiten en diferentes franjas y que buscan obtener la mayor audiencia posible, enviando un mensaje acorde a las líneas editoriales del canal y con los objetivos establecidos por la cadena de televisión.

También por definición de producto, encontramos las apreciaciones de Philip Kotler y Kevin Lane Keller quienes expresan que el producto es " todo aquello que se ofrece en el mercado para satisfacer un deseo o una necesidad" (Kotler y Keller, 2006).

Sin duda la definición de Kotler y Keller es un poco más concreta, y ofrece la interpretación, que a mi juicio es la más acertada que evidencia que el producto se mueve en las esferas de las necesidades y los deseos de las personas. Por ejemplo, un producto es una naranja, una fruta cítrica que circula en el mercado de los alimentos, en el cual se intercambia por una cantidad de dinero, dándole beneficios al cuerpo humano, como lo es proveer la vitamina C, vitamina D (vitaminas que son necesarias en el cuerpo humano), también cumple con satisfacer la necesidad del quién lo vende. Asimismo sucede en RCN, existe un programa que es emitido para millones de colombianos (potencial público) que pertenecen a diferentes esferas sociales, cumpliendo con la "necesidad" del entretenimiento.

Al generar diferentes productos comunicativos por RCN, se establece una marca, una imagen corporativa, que es la esencia del canal, esto viene a ser lo que el público percibe de la institución.

Para los académicos Lamb, Hair y McDaniel, una marca "es un nombre, término, símbolo, diseño o combinación de éstos elementos que identifica los productos de un vendedor y los distingue de los productos de la competencia" (Hair Joseph y McDaniel Carl, 2002) esta definición nos muestra una marca como algo único y autentico, que posee unas características particulares que diferencia de las demás marcas (como una telenovela, o una transmisión de un partido del fútbol

colombiano, emisión característica de RCN, empresa que a lo largo de la historia del fútbol de Colombia ha emitido los partidos más importantes de esta disciplina) además hace alusión que la marca no es solamente la simbología (logo). Si bien la marca contiene un logo que lo identifica, abarca otros elementos, en el cual Philip Kotler (2002) considera que “una marca es en esencia la promesa de una parte vendedora de proporcionar, de forma consistente a los compradores, un conjunto específico de características, beneficios y servicios” esta explicación es aún más interesante porque añade no solamente las características, también los beneficios y servicios, que es lo que puede interesar más a un cliente: que provecho o cómo me beneficio de lo que voy a adquirir.

Por citar un breve ejemplo, Puma una empresa alemana encargada de la fabricación de accesorios, ropa y calzado deportivo; Puma contiene en su marca (un felino) un puma, animal que se caracteriza por su ligereza, velocidad y una habilidad motriz para trepar árboles, un efectivo cazador. Lógicamente la Puma desea que los deportistas que accedan a la idea que los beneficios de obtener, digamos unas zapatillas para trote, tienen la ligereza del puma, lograrán mentalmente tener una motivación de correr como un puma.

Todo lo explicado hasta este punto, son bases del mercadeo que tiene que poseer RCN por obligación, pues son principios fundamentales en la implementación y consolidación de objetivos de la empresa al interior de la sociedad.

Las organizaciones, empresas, organismos gubernamentales, sociedades, compañías, firmas, entre otras muchas que tienen por objetivo fines lucrativos que son adquiridos de ciertos bienes que se ofrecen, conocido como producto (aquí

también se podrían añadir las organizaciones sin ánimo de lucro que ofrecen productos para su sostenibilidad e inversión social) el producto (también servicios) tienen un costo.

Según los autores Kerin Roger, Berkowitz Eric, entre otros, definen (el precio es el dinero u otras consideraciones (incluyendo otros bienes y servicios) que se intercambian por la propiedad o uso de un bien o servicio) (2004) esta definición enmarca al precio por una cierta cantidad de dinero o su valor de intercambio con otras mercancías. Por ejemplo, al interior de del canal existen una matrices económicas para la generación de un producto, que tienen por ende un precio y será ofertado a la potencial audiencia. Una estrategia de subsanar la inversión realizada es por medio de la publicidad (tema que profundizaremos más adelante), pautando diferentes marcas comerciales y pagando para que puedan aparecer en un horario determinado, con cierta cantidad de tiempo.

El precio determina las políticas de funcionamiento, de contratación, exportaciones e importaciones, sueldos, plusvalía, etc., de una organización, por ejemplo: una empresa que fabrica aparatos electrónicos en Estados Unidos, en una junta directiva fijan unos precios al interior del país, estos precios determinan la inversión, costos en la movilidad de los productos, sueldo de los empleados, publicidad, entre otras labores estratégicas para lograr los fines que se buscan con el producto que está determinado con un precio, que regirá su circulación en los diferentes públicos, como cadenas de ventas o puntos comerciales.

Para la implementación de todas estas estrategias e ideas debe existir una organización, una estructura que pueda dar garantía que los procesos que se llevan

al interior del canal son seguros, cumplen con las expectativas y aportan al crecimiento de la empresa desde los aspectos pequeños como la simple organización de unos cubículos o la transmisión de la final del fútbol profesional de Colombia, generando una cobertura de carácter global entre los involucrados.

Para ello se necesita tener conocimiento de una herramienta primordial al interior de RCN, como es la logística, según Lamb, Hair y McDaniel (2004) es un "el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo". En otras palabras es la lógica de una óptima distribución desde un punto de inicio hasta el lugar de ventas de un producto.

Asimismo, para Enrique B. Franklin, la logística es "el movimiento de los bienes correctos en la cantidad adecuada hacia el lugar correcto en el momento apropiado". Prácticamente coincidiendo con Lamb, Hair y McDaniel, la logística es un proceso de ordenamiento, concreto y determinado para lograr distribuir o almacenar bienes o materias primas.

Por ejemplo, la logística acorde a mi experiencia en RCN T.V. sería: la disponibilidad del automóvil para movilizarse hasta el lugar indicado; reserva del conductor, quien debe tener una planilla de la ruta a seguir; análisis de gasolina, equipos y personal técnico; periodista atento a realizar la nota; realización de contenido y tomas; envío de contenido al canal vía satélite; finalmente edición y publicación y/o emisión de la nota.

Ahora entraremos en una de las fuentes de sostenimiento de RCN, y no solo de esta compañía, se podría decir que los medios de comunicación, gran parte de su funcionamiento de lo deben a la publicidad que pautan ya sea en los comerciales o en los eventos (sin ignorar que existen la inversión de privados, tema que no ahondaré).

Para los autores Kotler y Armstrong (2003) definen la publicidad como "cualquier forma pagada de presentación y promoción no personal de ideas, bienes o servicios por un patrocinador identificado" lo primero que hacen énfasis los autores es no involucrar las ideas personales. Por ejemplo, hacer publicidad de un producto que a juicio persona que sea de nuestro agrado, pensando en generar publicidad desde nuestra sensibilidad hacia el producto.

La publicidad es la presentación de bienes o productos de un patrocinador que busca difundir el beneficio del producto o servicio que se desea mostrar. Para Stanton, Walker y Etzel (2007) Los puntos de venta más habituales para los anuncios son los medios de transmisión por televisión y radio y los impresos (diarios y revistas). Sin embargo, hay muchos otros medios publicitarios, desde los espectaculares playeras impresas y, en fechas más recientes, el internet".

Por ejemplo, una marca de bebidas de gaseosa desea pasar un comercial de su producto en RCN canal de televisión, durante un partido de fútbol entre Millonarios y Nacional, el estudio publicitario debe arrojar la población a la que va enfocado los esfuerzos del comercial, precios, hora, temática (aspecto social que no genere

ruido a la sociedad a la cual va dirigido el comercial, no es lo mismo un comercial para Medio Oriente que para Sur América), tiempos, personajes y planos. Para saber si el efecto publicitario fue el esperado, el Kantar Ibope Media (IBOPE), entidad que da información de medición de audiencia para canales de televisión, agencias de publicidad y anunciantes en los medios de comunicación masiva, si en los momentos de pasar el comercial la audiencia fue alta y poder interpretar también por medio de las ventas el efecto esperado.

Para el presupuesto se debe tener presente El Target, o grupo objetivo de la campaña, a qué tipo de personas está dirigida la campaña, que medios serán utilizados y los lugares donde se realizará la comunicación publicitaria. El presupuesto está ligado a los canales de comunicación a elegir, citemos un ejemplo en el cual pagamos todo en coalición. En televisión una propaganda de 30s-35s puede costar alrededor de unos 25 ha 30 millones de pesos (solamente se pasará una vez el comercial por este monto, si se desea más se pagará lo mismo) (Periodismo Público, 2010) se debe tener establecido la población, hora y contenido, el presupuesto (cantidad de veces para pasar el comercial, unas 20 veces). En aspectos legales el contenido no debe atentar contra la imagen de otras compañías, o usar lenguaje obsceno o que atente contra la integridad de personas, también que la información sea veraz, no engañosa o que genere confusión entre las personas, por citar algunos aspectos., esto no indica que afecte la credibilidad del canal, por el contrario se busca darle un sentido más riguroso a las pautas comerciales, blindándose de posibles enuncias.

Otro aspecto, es que un canal de televisión de cubrimiento nacional, se pueden pasar al día cierta cantidad comerciales. Esto también influye en el pautador para saber cuántos comerciales se podrían realizar para tener un efecto certero en un día.

Aquí las empresas guiarán sus esfuerzos en generar inversión para atraer nuevos compradores-clientes con la publicidad, en lugares donde los ingresos no sean los más altos, como Latinoamérica. Se busca superar las diferentes barreras que impiden llegar a estas personas, como generar nuevas modalidades de mercadeo, conocimiento más íntimo de las actividades de estas personas, entre otras.

7. LISTADO DE COSAS QUE HAN IMPACTADO

- El manejo de las 5W no es estricto con los formatos audiovisuales en la cual se muestra la noticia, Ejemplo: si la configuración de noticia la audiovisual es un pregrabado (VTR), debe ser crónica, pero si es un formato de noticias con voz el OFF (VO) las 5Wson más concretas y cortas.
- El practicante tiene oportunidades de acuerdo con sus propuestas y su nivel de interés por diversos temas.
- En el caso de las relaciones personales, el trato es amable entre compañeros.
- Se rompen los estigmas ideológicos que se pueden crear desde afuera, el cual se rumora que Noticias RCN está inclinado hacia “x” o “y” postura política.
- La televisión ya está hecha pero lo técnico y los modos para llegar al producto final son muchos, las formas para realizar notas abundan de acuerdo con las herramientas del noticiero.
- Para llegar al producto final, el trabajo en equipo el clave, desde el periodista hasta el asistente, editores, productores, camarógrafos, todos trabajan en conjunto para dar a conocer el producto final.
- Con noticias de alto impacto el manejo mediático es distinto, por lo general se prioriza durante la emisión ese hecho noticioso.

La audiencia a la cual se le emiten las noticias es muy extensa, por eso el trabajo debe tener mayor calidad y mejor análisis de contexto.

CAPITULO III

8. MARCO CONCEPTUAL

El periodismo público es una de las bases de la Facultad de Comunicación Social para la Paz en donde se exploran diferentes aprendizajes y conocimientos sociales y periodísticos durante cinco años los géneros periodísticos como la noticia, el reportaje, la crónica, etc.

El Programa de Comunicación Social para la Paz tiene como misión, formar sujetos activos de la historia, comprometidos con la realidad nacional, la verdad y la justicia, que a través de su desempeño profesional como comunicadores sociales contribuyan a la construcción y fortalecimiento de espacios participativos, de diálogo, concertación y respeto, al servicio de la paz.

Como se da conocer en la Misión de la Facultad de Comunicación para la Paz, el comunicador social tomasino tiene un perfil que le interesa a los medios de comunicación por su enfoque social y énfasis en construcción social en una coyuntura de paz. Teniendo en cuenta lo dicho anteriormente cabe mencionar que el periodista de Noticias RCN está comprometido con la realidad del país, la información veraz y el tratamiento justo de la información; por otra parte el periodista es apto para la confección de escenarios en donde la gente tiene la voz principal, participa y se tiene respeto por la teleaudiencia.

Acto seguido según editores del noticiero como José David Rodríguez (Editor Deportes RCN) mencionan que el practicante que llega formar parte de Noticias RCN debe tener la sabiduría y el conocimiento del manejo técnico de aplicaciones televisivas. Además de aprender cómo se maneja el asunto de egos y relaciones personales. Según Cesar Perdomo, editor con más de 20 años de experiencia en Noticias RCN, el practicante debe tener la actitud y el compromiso para asumir el reto de ser periodista del Canal RCN. Ambos coinciden en que el practicante debe “aprender a caminar y luego a correr” para poder adaptarse con responsabilidad al compromiso que requiere figurar en el noticiero como un periodista relevante en términos de credibilidad.

El practicante debe tener un manejo de fuentes importante, saber moverse en el medio y en el área que mejor se desempeña. En el caso Deportes RCN, se cuenta con gran variedad de fuentes para sacar información, es clave saber llegar a la información de manera oportuna y confirmada. Proponer, parte de la base de la vocación del periodista, que da un plus a los practicantes que llegan con ganas de construir historias teniendo en cuenta los lineamientos del Noticias RCN.

En el caso del Canal RCN en general, muchos profesionales de la FCSP ya tienen un puesto laboral que desempeñan desde distintas áreas del canal (Noticias RCN, RCN Digital, RCN Novelas, Win Sports, etc), por lo que se debe destacar la labor del comunicador tomando dentro de un medio de comunicación como el Canal RCN que sin duda es exigente en el momento de contratar un profesional para ejercer y funcionar en un cargo del canal. Se destacan valores como el liderazgo, la

creatividad, la responsabilidad, la puntualidad y el sentido de emprendimiento para formar parte de un proyecto que en un futuro sea exitoso e innove dentro de sus lineamientos.

Para entrar a los contenidos de Noticias RCN cabe dar una mirada a la continuidad del noticiero, inicialmente los titulares dan inicio con los sucesos que a diario acaparan la agenda informativa del país. Dependiendo del hecho noticioso se le da prioridad en la continuidad, por ejemplo, un día de partido de la Selección Colombia: se hace cubrimiento cubre media hora desde que se inicia el noticiero, pero en un día en la que la agenda informativa es común se abre con los hechos más destacados en Bogotá, acto seguido el área de la “mesa de asignaciones” se encarga de organizar los hechos más importantes de las principales ciudades del país (Medellín, Barranquilla, Cali, Cartagena, etc.)

El siguiente paso en la continuidad sigue por las secciones “Si o No” de José Manuel Acevedo, “Eva lo sabe” con Eva Rey y “Contigo RCN” del área de salud, durante la emisión que dura de 2 a 2 horas y 30 minutos siempre hay tres (3) paso a comerciales de nueve (9) minutos. El segundo bloque va conformado por Deportes RCN y la sección internacional, y se cierra el noticiero con Entretenimiento RCN.

Noticias RCN y NTN24 están dirigidos por Claudia Gurisatti y José Manuel Acevedo, producido por Fernando Coral y Editado con la coordinación de Cesar Perdomo. Noticias RCN se puede programar por la señal abierta entre semana en los horarios de 5:30am, 12:30 am, 7:00pm y 11:30 pm y los fines de semana en las emisiones

de 12:30am y 7:00pm. Durante estas emisiones se realiza un trabajo colegiado y conjunto en donde la labor del periodista se apoya con el trabajo de logística del Noticiero (Cámaras) Producción y Edición.

9. CONCLUSIONES E INTERPRETACIÓN

De acuerdo con el análisis realizado al proceso de los practicantes de Noticias RCN, se llega al análisis de varios campos de acción en donde el periodista practicante busca el objetivo de aprender, conocer y ejecutar adecuadamente el mecanismo de trabajo de un medio masivo de comunicación privado como RCN TV.

En primera instancia se logró evidenciar las fortalezas y debilidades del practicante en un contexto de trabajo sobre la marcha. El practicante en los primeros meses de su pasantía acoge procesos de liderazgo, trabajo en equipo y trabajo con calidad, por otra parte se demuestra que el periodista practicante tiene falencias en términos de proposición periodística influenciados por la línea editorial del noticiero, agregando la falta de participación activa de los practicantes por la inexperiencia.

Las fortalezas encontradas en los practicantes, según editores, productores y camarógrafos confluyen en común con el deseo de aprender de los practicantes, es frecuente encontrar estudiantes que ingresan con el ánimo de querer realizar cualquier tipo de actividad en pro del noticiero, uno de los puntos claves de la experiencia en la práctica es la actitud con la que se enfrenta el día laboral, el espíritu de querer realizar competentemente las labores asignadas es vital al momento de una práctica satisfactoria para ambas partes.

El tema del liderazgo inicia desde la primera oportunidad que tienen los periodistas practicantes en el momento de proponer una historia o nota periodística, el círculo laboral en Noticias RCN para un pasante en el proceso de creación de una nota obliga al periodista a ejercer responsabilidad e independencia en el momento de

realizar ir a la fuente. El manejo adecuado de tiempo, el liderazgo y buen manejo del equipo de trabajo conformado por camarógrafo, asistente y conductor son las primeras muestras de la participación y buen manejo de un equipo de televisión profesional.

El ejercicio periodístico continúa con la adecuación de lo hecho en el campo a la realidad de la televisión en edición es decir que el pasante se encarga de dirigir el proceso de creación de su noticia, indicando a consolidación de lo recolectado con la fuente, el liderazgo del practicante se ejecuta y se visibiliza en la toma de decisiones con el objetivo final de sacar al aire un realización producto de la actitud y liderazgo del periodista en sus primeras experiencias dentro de Noticias RCN.

Las debilidades encontradas en los periodistas practicantes dan a conocer el choque que produce el cambio de la universidad al entorno laboral, en casos específicos los practicantes no ejercían labores periodísticas debido al bajo conocimiento de herramientas televisivas utilizadas para la óptima producción de un Noticiero. Situación que aplica en el inicio de la pasantía para el practicante que logró adaptarse en el momento de salir a buscar una noticia, o liderar el grupo de trabajo (camarógrafo, asistente, conductor) de forma irresponsable.

Casos como la publicación de imágenes equivocadas en la parrilla del Noticiero llevan a demostrar debilidades que no se relacionan con la actitud, solo con el mecanismo de utilización correcta del material para editar. La corrección por parte de editores y jefes ayudó al aprendizaje de métodos para realizar un trabajo óptimo en la creación de noticias.

La publicidad en un contexto de pasantías potencia el rol del canal en relación con la imagen del periodista practicante con el mercadeo que llega a tener un medio de comunicación privado en diversos cubrimientos: ruedas de prensa, partidos de fútbol, entrevistas, etc.

10. BIBLIOGRAFIA

Thompson Iván (2009) Definición de Producto. Recuperado de <http://www.marketing-free.com/producto/definicion-producto.html>

American Marketing Asociation (2006) Que es un producto. Recuperado de: <https://www.ama.org/resources/Pages/Dictionary.aspx?dLetter=P&dLetter=P>

Kotler Philip y Keller Kevin, McGraw-Hill (2006) Dirección de Marketing. Duodécima Edición 2006.

Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl (2002) Marketing. Sexta Edición, de International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 301.

Kotler Philip (2002) Dirección de Marketing Conceptos Esenciales. Primera Edición, Prentice Hall, 2002, Pág. 188.

Menéndez Jorge (2007) Mercadeo en Estos Tiempos. Recuperado de <http://es.slideshare.net/luisacecheverri/mercadeo-en-estos-tiempos>

Roger Kerin, Berkowitz Eric, Hartley Steven y Rudelius William (2004) Marketing. Sexta Edición. Pág. 385.

Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl (2002) Marketing, Sexta Edición International Thomson Editores S.A.

Franklin B. Enrique, Mc Graw Hill (2004) Organización de Empresas, Segunda Edición.

Kotler Philip y Armstrong Gary (2003) Fundamentos de Marketing, Sexta Edición Pág.470.

Stanton William, Etzel Michael y Walker Bruce, Mc Graw Hill (2007) Fundamentos de Marketing, 13a Edición. Pág.569.

Dimensión Empresarial (2016) El Brief Publicitario. Recuperado de <http://dimensionempresarial.com/el-brief-publicitario/>

Periodismo Público (2010) ¿Cuánto cuesta hacer campaña en los medios? Recuperado de <http://www.periodismopublico.com/Cuanto-cuesta-hacer-campana-en-los>

García Julio y Cristóbal Casanueva (2001) Prácticas de la Gestión Empresarial. Mc Graw Hill.

Diccionario de Marketing, de Cultural S.A (1999) significado de empresa. Pág. 110.

11. GALERIA







 millosfcoficial









12. ANEXOS

ENTREVISTAS NOTICIAS RCN

Cristian Méndez

Practicante Deportes

1mes

No se quedó. Universidad del Rosario, Maestría

S.A: ¿Cómo se imaginaba usted la práctica en Noticias RCN?

C.M: Yo creía que todo era más amplio, que abarcaba un aspecto más amplio en lo que significa deportes, se rompe el paradigma al estar dentro de noticiero porque lo que uno ve es amplio como espectador pero al entrar uno se da cuenta de cuáles son los temas que se manejan, como se mueve todo el tema para hacer el noticiero y pues el corto tiempo que hay para desarrollarlo. Mejorarle la redacción.

S.A ¿Cómo ha sido la relación con sus compañeros de trabajo?

C.M: Hasta el momento ha sido muy buena, todos aportan de cierta manera un grano de arena a la formación del practicante como periodista, cuando uno llega el conocimiento de la universidad no es suficiente para desarrollar la labor como periodista entonces los compañeros juegan un papel fundamental para desarrollar la labor para complementar y manejar todas las herramientas que tienen en el canal y poder hacer las notas de la mejor manera.

S.A ¿Cuánto tiempo lleva y si sus expectativas se han cumplido estando dentro del Canal o la sección??

C.M: Llevo un mes. Hasta el momento me siento satisfecho con mi labor con lo que he hecho, con lo que me han permitido hacer, pero esperaba más, digamos que la expectativa era mucho más alta antes de entrar, lo que he hecho. Pero siento que el aprendizaje ha valido muchísimo la pena, siento que el haber aprendido a manejar las herramientas, el haber aprendido cómo se desarrollan las notas y los diferentes formatos que hay, creo que ha valido la pena la espera y creo que el editor es una muy buena guía, es un buen orientador y le van soltando a uno responsabilidades en la medida que el ve que el aprendizaje lo permite. Redacción.

S.A: ¿Qué consejo puede darle a esos futuros aspirantes a las prácticas de Noticias RCN?

C.M: Yo creo que lo más importante no es tanto el conocimiento previo con la que uno llega al canal, si no la disposición para aprender. Es fundamental uno tener en cuenta que no se las sabe todas, no creerse que porque llega a la sección que quiere y que sabe del tema es el chacho porque eso si es un problema muy grave porque la aterrizada es bastante fuerte. Y el golpe es duro, lo más importante es la disposición, si uno comete errores pues la idea es aprender y que nos corrijan, y aportar su conocimiento en la medida que la dinámica lo permita y ser propositivo. Redacción.

S.A: ¿Cuando habla del golpe y de la aterrizada a qué momento se refiere?

C.M: A mí me gusta mucho el tenis, entonces cuando yo entré a RCN buscaba más cosas de tenis que de cualquier otro deporte porque veía que era un hueco que se podía cubrir, pero cuando uno piensa en deportes se da cuenta que el espectro es bastante amplio pero en RCN prima la Liga por que el canal es aliado, uno ve que el fútbol aquí predomina, o deportes en lo que los colombianos se han destacado, y la aterrizada en mi caso fue la propuesta continua en los temas

de tenis y que el editor me dijera que no le volviera a proponer nada de ese tema, yo lo tome de la mejor manera para darme cuenta del espectro que maneja el canal en temas de deportes y tener en cuenta que el tiempo en televisión es demasiado corto y sobre todo para una sección del noticiero, Hay que tener en cuenta que es lo más importante, lo más rescatable, lo que pasa en el día, lo que pasa a nivel nacional y eso transmitírselo a la gente. Puntuación y redacción.

Paola Baquero

Practicante

1 año

Sección Bogotá

Universidad Santo Tomás, Pregrado.

No se Quedó

S.A ¿ Que expectativa tenía antes de entrar a Noticias RCN'?

P.B: La expectativa era grande sobre todo por saber cómo eran las personas acá, porque uno tiene como el concepto que quizás la gente puede ser prepotente, pero realmente uno acá se da cuenta que la gente es humana, que te brindan apoyo. Y la otra cosa que yo pensaba era si tenía la oportunidad de hacer reportería, sacar notas y sobre todo saber a qué me iba a enfrentar.

S.A. ¿Por qué tenía usted un estigma sobre el comportamiento de la gente en Noticias RCN?

P.B : Porque quizás uno ha tenido acercamientos con personas que simplemente por trabajar en un medio masivo de comunicación se creen superiores o que saben más que los demás pero creo que a pesar de todo ingresé acá y no todo es como uno piensa?

S.A ¿Cómo fueron esos primeros días en Noticias RCN, si llenaron sus expectativas?

P.B.: Realmente sentía mucho temor de embarrarla, obviamente llegue y estaba muy confundida porque como tal en la universidad uno no maneja el lenguaje mediático, a decirte hacer VO, un VTR, uno literal se perdía y no sabía que hacer pero a medida del tiempo uno va aprendiendo y ahorita puedo decir que cumplí mis expectativas y que mis jefes me han dado la oportunidad para conocerme a mí misma y conocer mi trabajo y que ellos lo conozcan y pues la verdad ha sido grato, acá pude hacer entrevistas, hacer reporteria, he sacado notas y eso va para la hoja de vida de uno.

S.A ¿Cómo se sintió cuando sacó su primera nota al aire?

P.B: Una felicidad... salió a las 6am. Fue una felicidad completa.

S.A: ¿Después de sacar esa nota como se sentía en sus prácticas?

P.B: Le da a uno más seguridad, porque empiezas a recibir comentarios sobre tu trabajo sobre tu voz, sobre como presentas tus notas, da confianza y uno también intenta no quedarse ahí, como que seguir sacar más cosas y proponer más cosas a los jefes.

S.A: ¿Luego de estos 7 meses de prácticas, que consejo da a los futuros practicantes?

P.B: Que si quieren entrar acá lo hagan con todas las ganas del mundo, que vengan aprender, cada día uno aprende acá más y cada persona te enseña algo diferente y yo creo que toca aprovecharlo porque no todas las oportunidades son las mismas y aparte venir propositivo muy proactivo para que primero te puedas dar a conocer y segundo, a pesar de los errores levantarse y aprender.

S.A ¿En algún momento se sintió en el lugar equivocado?

P.B: A veces, cuando yo proponía cosas y me decía no, no va acá, o cuando me decía, no eso no es así. El primer día, empezando la embarré y mi jefe me regañó y yo dije “yo en donde me metí” pero intenté seguir y sacar las notas pero tu quedas con el pensamiento de que recién llegas y la embarras y te preguntas ¿qué hago acá? A veces hay actitudes o cosas de algunas personas que te hacen repensar pero como que uno retoma su rumbo y bueno las cosas son para uno no para los demás.

S.A: ¿Cómo ha sido el trato con sus compañeros?

P.B Mis compañeros me tienen confianza, siempre tratan de corregirme.

S.A ¿Que opina de la delgada línea que existe entre ser asistente de un periodista y ser periodista en Noticias RCN

P.B: .. Realmente pienso que algunos periodistas les hace falta recordar cuando ellos empezaron, y uno no estudia cinco años para venir a ser el asistente de alguien, sino que también deben darle la oportunidad a esa persona de mostrarse de crecer y retroalimentarlos, corregirlos para que uno crezca y no tenernos como el “vaya y me hace y vaya y me traiga” sino que uno también quiere mostrarse y como que el apoyo que uno necesitas no se ve por algunas personas, eso te baja un poco el ánimo.

Edilson Ballesteros

Periodista

Deportes.

10 años en el noticiero.

S.A ¿Cuál considera que es la función de un practicante en Noticias RCN?

E.B: Por mis manos han pasado muchos practicantes, no solo en noticias, sino en cualquier medio de comunicación que estén. Su función aprender hacer las cosas bien y sacarle el mayor provecho a las personas que tienen alrededor, independientemente de que sean mala o buena gente, siempre tiene que buscar lo bueno de esa gente profesionalmente, lo personal pasa a un segundo plano, , que el tipo es bueno para improvisar, para escribir, entonces siempre se coge lo bueno, y la verdad

la función de practicante es aprender y absorber conocimientos, absorber lo positivo, preguntar e interesarse y no quedarse con nada. Aprender y aprovechar. Y tratar de ganarse la confianza de jefe y sobre todo de la persona que maneja la dirección en donde está en este caso la dirección de deportes, porque muchos practicantes se quedan, desde que demuestren que son buenos y les gusta el tema y son responsables y disciplinados y hacen su nicho y se quedan. Yo soy un ejemplo así; yo empecé como practicante y me quede como uno de los mejores y aprendí todo lo bueno de José David Rodríguez por qué él era malgeniado pero el malgenio no se lo aprendí, le aprendí lo que era el profesionalismo.

S.A: ¿Qué cree usted que le ha aportado a la formación profesional de un practicante?

E.B: Les he aportado muchísimo, sobre todo el tema de ser gente, porque eso le abre a uno muchísimas puertas, uno primero tiene que ser gente y tratar a las personas igual, no que por que creen que es practicante “ano a este lo mandamos” y lo mandan a hacer cosas que no... , El practicante debe aprovechar que este en el campo, que vaya y haga notas que busque, no solo cosas triviales sin importancia sino ponerlo a camellar, y yo he tenido grandes satisfacciones, yo a muchos practicantes me los encuentro en grandes medios y se acuerdan y a mí me da hasta risa... Por qué ejemplo este muchacho que está en las redes, Cristian... el hizo prácticas con nosotros y yo fuí el que lo recomendé, y le dije a José, “ayudémoslo que el pelao es bueno” y se quedó ahí y ahora es agradecido, eso es lo que le queda a uno. Les recomiendo es que sean personas y que entre más sigan creciendo sigan siendo personas, entre más escalen sigan siendo personas y vera que eso les abre muchas puertas y se les facilita la vida. Ídem.

S.A: ¿Qué propondría usted para la formación profesional de un practicante de noticias RCN?

E.B: Que les den como más juego, aunque en deportes gracias a Dios tenemos esa condición de darles a ellos más juego, que vayan y hagan más trabajo de campo, los practicantes tiene que hacer trabajo de campo porque eso es de lo que aprende uno, Chévere la universidad, le da a uno el 50% el otro 50% se lo da a uno la vida y la práctica, y así uno la embarre pero ahí es donde se aprende, mi recomendación es que les den más juego, que les dejen salir más al campo, que nos los tengan solo acá, aunque en el noticiero yo si me he dado cuenta que acá los dejan salir mucho, el ya salir con una cámara y todo, el ,practicante asume esa responsabilidad que está a cargo de un equipo de trabajo, que es el camarógrafo, el asistente y el conductor y eso ya le empieza a dar más responsabilidad a usted, cosa que cualquier cosa que pase , ya es su grupo de trabajo, entonces usted ya tiene esa responsabilidad y va cogiendo disciplina, el trabajo de campo es esencial para que el practicante avance, eso en RCN lo manejan bien, se les da mucha oportunidad. En eso estamos bien.

Jinny Dupré

Saltó de practicante a Periodista en Salud

8 meses de prácticas.

S.A ¿Cuál crees que es la función de los practicantes en Noticias RCN?

J.D: Eso depende de la fuente en donde quede el practicante, y depende mucho del periodista con el cual ellos estén acompañados. Por ejemplo hay practicantes que se vuelven más como un apoyo para el periodista, en el sentido de asistencia, entonces, están los de “ayúdeme a subir el archivo” “ayúdeme a subir la entrevista” Si. En ese sentido es válido porque también se aprende, pero hay otras secciones en donde el practicante se vuelve más periodista, el practicante tiene que proponer tiene que salir, encontrar noticias, eso depende siempre de la fuente en donde estén y depende mucho de que el mismo practicante no quede en algo asistencial si no que el mismo practicante proponga y este adelantándose, no quedándose en lo que le diga su jefe si no ir más allá, y para llamar la atención más acá en el canal y puede pasar que se queden.

S.A ¿Usted se quedó contratada, como fue esa transición de practicante a periodista?

J.D: Mis compañeros felices, porque siempre tuve muy buena relación con ellos, mis jefes me propusieron, cuando hubo una vacante “dijeron esta niña hizo unas buenas practicas, es buena” y me propusieron ellos mismos, por eso yo digo es bueno destacarse como practicante porque uno se puede quedar y que lo contraten. No respondió la pregunta. No te contó la historia.

S.A: ¿Tiene más responsabilidades siendo periodista?

J.D: La responsabilidad es la misma, todo lo que va al aire exige responsabilidad pero cambia en el sentido de que el periodista tiene que estar día y noche proponiendo algo nuevo. El practicante puede hacerlo pero no tiene la presión de que tiene que estar haciéndolo día a día, el practicante puede proponer su nota, pero si no la propone no pasa nada, no es lo que se le exige acá los practicante, pero si lo hace se destaca. Redacción y puntuación

S.A ¿Que propondrías para que el trabajo del practicante no se quede en ser asistente en noticias RCN?

J.D: hay secciones que son un poco básicas pero que necesitan investigación que el practicante salga hacer entrevista, casos como RCN contigo, cosa de que el practicante no sea de escrito

Libardo Olaya Editor

S.A ¿Cuál cree usted que es la función del practicante en Noticias RCN?

L.O: El practicante es un periodista en formación que está encargado de asistir al periodista y al cual se le dan instrucciones de asistir procesos netamente periodísticos.

S.A ¿Qué le aporta usted a la formación profesional del practicante?

L.O: El apoyo que nosotros le damos al practicante es guiarlo en los procesos de edición, y de prepararlos para el tipo de lectura que se requiere para las notas que se hacen y explicarles el proceso de edición.

S.A ¿Considera importante el trabajo de los practicante?

L.O: Los practicantes son importantes en los procesos que los periodistas no tiene tiempo de desarrollar y ellos les prestan un buen apoyo.

FORTALEZAS	DEBILIDADES	PROPOSICIONES	HALLAZGOS
- Los practicantes que ejercen el trabajo periodístico, tiene la oportunidad de dar a conocer su trabajo. - Existe la posibilidad de que el practicante que ejerza una buena práctica pueda ser contratado por el noticiero si existe una vacante. - Los periodistas de planta en su mayoría corrigen y orientan al practicante en su trabajo.	- Practicantes de escritorio. - No propositivos. - Con muchos errores de redacción y de pronunciación. - Creer que sus ideas son “incuestionables” y deben ser la guía para el trabajo, sin tener presente los aportes de otras personas. - Entrar con barreras de estigma o condicionados por lo que se dice del medio. - Periodistas que ven a practicante como su asistente personal. -Tiempo dentro de la continuidad para desarrollar temáticas distinto. - Envidias. -Convertirse en el asistente personal del periodista.	Aprender. Proponer. Tener paciencia. Ser buena persona. Son propuestas hechas por los entrevistados se da cuenta de que se coinciden en los mismo factores.	Aprender el lenguaje utilizado dentro del medio, su uso es clave para tener un buen desempeño en las labores cotidianas dentro de noticiero. El practicante puede o no decidir el futuro de su práctica, depende de él ser o no periodista con base en lo que proponga día a día. Las responsabilidades adquiridas tienen una alta importancia, al momento de realizar una reportería: salir con camarógrafo, conductor, asistente de periodista, se está a cargo de un equipo de trabajo, etc. Todos estos procesos acarrear una responsabilidad y genera un mayor compromiso que puede ocasionar “molestias, atrasos o mala realización del trabajo” por parte del practicante. El tema del personal humano cambia totalmente desde el punto de vista de los practicantes, al momento de su ingreso al canal piensan que se está trabajando con “estrellas o famosos” y perciben que su labor debe ser evidenciada por estas personalidades dejando a un lado el sentido social del periodismo. Asimismo, el factor personal del practicante, como su comportamiento, el trato personal y/o grupal que tiene con sus homólogos o diferentes autoridades y vestimenta, son tenidos en cuenta durante su pasantía en el canal.

ENCUESTA Falta por escanear y anexar.

Realizada a Productores, Periodistas, Practicantes, Editores, Camarógrafos

1. ¿Considera útil la función de los periodistas practicantes en un medio como RCN TV?

2. ¿Cuál cree que es el objetivo principal de los practicantes?

3. ¿Cree que el periodista practicante deber tener competencias en temas de edición?

4. ¿Considera usted que le ha aportado profesionalmente a la formación laboral de un practicante?

5. ¿Qué propuesta haría para mejorar la experiencia laboral de los practicantes de Noticias RCN?
