


	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN





**AGOSTO DE 2020**



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

## CONTENIDO



INTRODUCCIÓN .....	5
Generalidades de las etapas de producción de un proyecto .....	7
<b>1. PREPRODUCCIÓN</b> .....	7
A. Presupuesto .....	8
B. Diseño de Producción .....	9
C. Investigación .....	10
D. Guion, continuidades y libretos .....	11
E. Estilo .....	11
<b>2. PRODUCCIÓN</b> .....	12
A. Desglose de producción .....	12
B. Reuniones de seguimiento .....	13
<b>3. POSTPRODUCCIÓN</b> .....	13
A. Visualización o logging .....	14
B. Postproducción de video .....	14
C. Postproducción de audio .....	14
<b>4. PROTOCOLO DE ENTREGAS DE PROGRAMAS A TRÁFICO</b> .....	15
<b>5. PRODUCTOS DE CANAL CAPITAL</b> .....	18
5.1. SISTEMA INFORMATIVO .....	18
1. NOTICIAS .....	20
A. Preproducción .....	20
Equipos: .....	21
Formatos: .....	21
B. Producción .....	21
C. Postproducción .....	22
2. Programas .....	23
A. Preproducción .....	23
B. Producción .....	23
C. Postproducción .....	23
3. Productos del Sistema Informativo .....	23
4. Logros y Retos .....	24
5.2. TRANSMISIONES .....	24
1. Tipos de transmisiones .....	24
2. Preproducción .....	25
3. Producción .....	26
4. Postproducción .....	27
5. Plan de contingencia en caso de fallas técnicas durante una transmisión en directo para el servicio de televisión .....	27
6. Protocolo de entrega de eventos .....	29
5.3. OTROS PRODUCTOS AUDIOVISUALES .....	30
<b>6. OTRAS AREAS DEL CANAL</b> .....	32

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

6.1.	Programación .....	32
A.	Grupos de trabajo: .....	32
6.2.	Nuevos Negocios .....	33
A.	Objetivos: .....	33
B.	Servicios:.....	34
C.	Etapas de Producción .....	34
D.	Definición y Clasificación de la Complejidad.....	35
E.	Productos.....	36
F.	Procesos.....	36
F.	Funciones.....	37
6.3.	Digital.....	43
1.	Generalidades.....	43
2.	Cuentas de Canal Capital .....	43
3.	Objetivo General Digital .....	43
4.	Consideraciones.....	44
5.	Generalidades sobre uso del lenguaje .....	44
6.	Generalidades sobre episodios de crisis .....	44
7.	Producción de contenidos Transmedia .....	45
8.	Diferencias entre transmedia, crossmedia y multimedia .....	46
9.	Tipos de transmedia .....	47
10.	Utilización de la señal en vivo y el clíper de ésta a través de las distintas plataformas del Canal.....	48
11.	Como contar una historia. El storytelling como herramienta para contenidos digitales exitosos .....	48
12.	Capas de comunicación en Redes Sociales.....	49
13.	Diferencias entre contenido análogo y digital .....	49
14.	Redacción análoga vs Redacción transmedia.....	50
15.	Medición de audiencias digitales .....	51
6.4.	Mercadeo y Ventas.....	51
1.	Actividades del área de Mercadeo y Ventas .....	51
2.	Comercialización y tipos de negociación.....	52
3.	Relación del área de Mercadeo y Ventas con el área de Producción .....	55
6.5.	Prensa .....	55
A.	Protocolos de comunicaciones internas .....	56
B.	Protocolos de comunicaciones externas.....	56
C.	Protocolos para el manejo de la imagen de Canal Capital.....	57
D.	Protocolos para el manejo de contenidos en la página web .....	57
E.	Manual de Estilo .....	58
1.	Decálogo .....	59
2.	Generales.....	61
3.	Fuentes. Investigación. Seguimiento.....	62
4.	Brevedad. Sencillez. Universalidad.....	63

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

5. Sustentación. Verificación. Seguridad.....	63
6. Rectificación. Protección .....	64
7. Libertad. Transparencia. Servicio. ....	64
8. En Video .....	65
9. Protagonismo. Aparición en cámara .....	66
10. Presentación en Set .....	67
11. Formatos.....	67
Manual de Identidad .....	72
1. Logotipo Canal Capital .....	72
2. Tipografías .....	72
3. Colores .....	74
<b>7. LISTADO DE ANEXOS .....</b>	<b>76</b>
<b>8. CONTROL DE CAMBIOS.....</b>	<b>124</b>

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

## INTRODUCCIÓN



Canal Capital es una sociedad pública organizada como empresa industrial y comercial del estado, con carácter de entidad descentralizada indirecta, perteneciente al orden distrital, constituida bajo las leyes colombianas y como el Canal regional de la ciudad de Bogotá fue creado para prestar un servicio de televisión pública de calidad orientando a formar, educar, recrear e informar objetivamente, fortaleciendo la identidad y el arraigo cultural de esta región del país.

Como prestador del servicio de televisión pública busca satisfacer las necesidades del Estado como lo son, entre otras, promover el respeto de las garantías, deberes, derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia, la paz y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local, por lo cual su programación se orienta a satisfacer las necesidades educativas, deportivas y culturales de la audiencia, interpretando la pluralidad política, social, cultural y económica de la ciudad capital.

Posiciona su oferta audiovisual como un medio que refleja la diversidad cultural de los habitantes de Bogotá, la construcción colectiva de una ciudad posible para todos sus habitantes y visitantes, un espacio idóneo para debatir los temas fundamentales que afectan la cotidianidad y futuro de la Capital, así como, una permanente propuesta de diálogo y relacionamiento con las experiencias de otras sociedades en el país y el mundo que puedan nutrir la construcción permanente de Bogotá. Como miembro de la industria audiovisual, Canal Capital se propone reflejar el liderazgo de la ciudad en la innovación de producción de contenidos y el entretenimiento a partir de formatos que estimulen la generación de conocimiento.

Canal Capital se ha adaptado al ecosistema convergente con celeridad durante los últimos cuatro años, siendo ahora un actor relevante entre los medios de comunicación nacionales, y el más fuerte en comunicación digital entre los medios públicos del país. Un proceso que ha partido desde la necesidad de entender dónde están las audiencias y cómo, y con qué contenido se deben acceder a ellas.

Para el desarrollo de sus actividades misionales y administrativas desarrolló su plataforma digital: Conexión Capital, donde los usuarios pueden encontrar la señal en vivo de Canal así como noticias de la región centro, nacionales e internacionales y secciones de deportes, entretenimiento, política, economía y los diferentes contenidos de entretenimiento que produce Canal Capital.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Para el año 2018, Conexión Capital registró más de 10.500.000 de visitas y alrededor de 5.200.000 usuarios únicos. Con estas cifras, el portal tuvo un crecimiento en accesos superior al 600% respecto al periodo inmediatamente anterior, lo cual habla acerca de la importancia de la consolidación de estrategias de comunicación por medios digitales.

El Canal tiene como principio crear una conciencia colectiva alrededor de los valores ciudadanos partiendo de una narrativa transmedia que busca satisfacer las nuevas formas de consumo de las audiencias, las cuales ya no buscan contenidos en un solo espacio "el hogar", y que tampoco acceden desde una única plataforma "el televisor".

De esta forma, se ofrece diversidad en la producción de contenidos que circulen de manera convergente por diferentes plataformas que hacen parte de la estrategia transmedia que genera e intercambia mensajes, relatos y experiencias. La narrativa transmedia implica una nueva forma de contar sucesos y el uso de diversos géneros, incluso su fusión.



Dentro de la oferta de productos del Canal hay tres líneas definidas:

1. Sistema Informativo
2. Transmisiones Especiales
3. Otros productos audiovisuales

Este Manual es una guía que define dinámicas de trabajo para la realización de los diferentes productos que ofrece Canal Capital en las etapas de:

1. Preproducción
2. Producción
3. Postproducción

De igual manera plantea los procedimientos y procesos actuales de otras áreas que articuladas han permitido consolidar el trabajo del Canal con una visión innovadora, actual y competitiva que le permiten llegar a múltiples audiencias, generando conversación.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

## Generalidades de las etapas de producción de un proyecto

Para Canal Capital las etapas de desarrollo de un proyecto audiovisual son las que tradicionalmente se conocen en el mercado como preproducción, producción y postproducción.



Estas etapas son la base en la construcción de los productos audiovisuales y son dinámicas permitiendo hacer variaciones conforme a las especificaciones y requerimientos propios de cada producto.



### 1. PREPRODUCCIÓN

Esta primera fase es una de las más importantes en el desarrollo de un proyecto, las IDEAS descritas en documentos adquieren forma audiovisual.

En este período se evidencian las necesidades y proyecciones del programa, serie o transmisión y se le da forma desde el contenido, tratamiento visual y diseño de producción.

En esta etapa del proyecto se deben definir los siguientes puntos:

#### A. Presupuesto

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- B. Diseño de Producción:
  - 1. Configuración del equipo humano
  - 2. Definición de funciones y roles
  - 3. Cronogramas
- C. Investigación
- D. Guiones, continuidades y libretos
- E. Estilo

#### **A. Presupuesto**

El presupuesto de una producción audiovisual es la traducción en rubros de un planteamiento de producción.

Antes de llegar a la versión definitiva, el presupuesto pasa por etapas de ajustes y revisiones en las que se verifican la distribución de los recursos. La versión final aprobada determina el camino que debe seguir el equipo de producción para la ejecución del proyecto.

Los ítems que contempla cada rubro son los siguientes:

1. Personal: Se refiere a todas las personas que prestan sus servicios a la producción del proyecto desde diferentes frentes: contenido, producción, talento, y personal técnico.
2. Técnica: Tiene que ver con los valores de utilización de los equipos a emplear en la realización de un proyecto audiovisual, tales como: cámaras, luces y accesorios, micrófonos, unidades móviles y transportes de señal (LiveU, microondas, etc.)
3. Postproducción: Hace referencia a los costos por uso de equipos técnicos dedicados a la postproducción del material grabado: salas de edición, de graficación, animación, postproducción de audio, entre otros.
4. Logística: Implica todos los gastos en los que se incurre durante el desarrollo del proyecto en temas logísticos tales como: valor de Permiso Unificado Para Filmaciones Audiovisuales (PUFA), gastos de producción, transporte, alimentación y alojamiento.
5. Dirección de arte: Se refiere a los rubros de escenografía, ambientación, utilería. En este ítem también se consideran las locaciones y los costos del uso de los elementos de arte.
6. Compra de materiales: En este punto se incluyen los medios magnéticos y demás materiales que sirven para almacenar imágenes e información.



7. Gastos de oficina: Hace referencia a los costos generados por el uso de la infraestructura física, técnica y administrativa necesaria para desarrollar un producto audiovisual.

RESUMEN DE COSTOS					
Concepto	Costo total				
1. TALENTO HUMANO					
2. ALQUILER DE EQUIPOS					
3. ARTE, LOCACIONES Y ESCENOGRAFIA					
4. LOGISTICA					
5. POSTPRODUCCIÓN CONTENIDOS PARA					
6. COMPRA DE DERECHOS					
7. PRODUCCIÓN DE PIEZAS TRANSMEDIALES					
8. ESTRATEGIA DE CIRCULACIÓN					
<b>SUBTOTAL</b>					
<b>IVA</b>					
<b>Total</b>	\$ -				

1. TALENTO HUMANO				
Descripción	Unidad de Medida	Costo unitario	Cantidad (2)	Costo total (1x2)
Guionista				\$ -
Investigador				\$ -
Actores (Principales, secundarios y extras)				\$ -
Director de arte				\$ -
Productor General				\$ -
Asistente de producción				\$ -
Director				\$ -
Asistente de dirección				\$ -
Script				\$ -
Director de fotografía				\$ -
Productor de campo				\$ -
Asistentes de producción (2)				\$ -
<b>Subtotal</b>				\$ -

2. ALQUILER DE EQUIPOS				
Descripción	Unidad de Medida	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Sonidista con equipos				
Micronista				
Camara 1				
Camara 2				
Asistentes de camara 1				
Gaffer				
Electricista				
Asistente de luces				
Datamanager				
Equipos (Camaras)				
Equipos (Luces y accesorios)				
<b>Subtotal</b>				\$ -

3. ARTE, LOCACIONES Y ESCENOGRAFIA				
Descripción	Unidad de Medida	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Director de arte				
Productor de arte				
Asistentes de arte (1)				
Asistentes de arte (2)				
Maquillaje				
Vestuario				
Asistentes maquillaje				
Asistentes vestuario				
Utilería (on set)				
Ambientación				
Arte (locaciones, escenografía, vestuario)				
<b>Subtotal</b>				\$ -

4. LOGISTICA				
Descripción	Unidad de Medida	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Transporte				
Camión escenografía				
Alimentación				
Gastos de producción				
<b>Subtotal</b>				\$ -

5. POSTPRODUCCIÓN CONTENIDOS PARA				
Descripción	Unidad de Medida	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Edición (Editor + sala), colorización y postproducción de audio (2)				
Coordinador de postproducción				
Graficación (2)				
Disco duro				
<b>Subtotal</b>				\$ -

6. COMPRA DE DERECHOS				
Descripción	Unidad de Medida	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Música Original - una vez				
<b>Subtotal</b>				\$ -

7. PRODUCCIÓN DE PIEZAS TRANSMEDIALES				
Descripción	Unidad de Medida	Costo unitario	Cantidad	Costo total
Productor transmedia				
Director de arte				
Ilustrador animador				
Realizador con equipos				
Desarrollo piezas transmediales				
<b>Subtotal</b>				\$ -

8. ESTRATEGIA DE CIRCULACIÓN				
Descripción	Unidad de Medida	Costo unitario	Cantidad (2)	Costo total (1x2)
Evento de lanzamiento				
Circulación pantalla tv y digital				
<b>Subtotal</b>				\$ -



Fig. 1. Modelo de presupuesto

## B. Diseño de Producción

Esta es la base principal de toda producción, de su buena estructuración depende el éxito del proyecto. Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

### 1. Configuración del equipo humano

Para el buen desarrollo de un proyecto es primordial definir los roles que se necesitan para realizarlo y garantizar la idoneidad y experiencia de los profesionales que conformarán el equipo, así como el número de personas.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Es importante tener en cuenta que cada uno de los programas, de acuerdo con su estructura y su formato, requiere de un equipo de trabajo con diferentes habilidades.

Esta es una guía base para organizar un grupo de trabajo:

- Director general
- Productor general
- Productor ejecutivo
- Jefe de contenido
- Realizadores
- Camarógrafos
- Editores
- Periodistas
- Presentadores
- Actores

En la etapa contractual de este equipo de profesionales, se deben seguir las pautas establecidas en el Manual de Contratación, supervisión e interventoría de Canal Capital. AGJC-CN-MN-001

## 2. Definición de funciones y roles

Es importante definir las responsabilidades de cada cargo durante la realización del proyecto. Se deben socializar al interior del equipo para que todos tengan claridad de quién se encarga de qué, quién responde por qué y cuáles son las instancias en la toma de decisiones.



## 3. Cronogramas

Este documento establece los tiempos en fechas en los que un proyecto se debe ejecutar desde su comienzo hasta su entrega.

Aunque esta es una pieza flexible, que puede ser modificada a medida que avanza el proyecto, es fundamental realizar un seguimiento riguroso para que no se alteren las fechas de entrega final o emisión al aire.

Etapa	No.	Actividad	SEMANAS																										
			MES 1 MAYO					MES 2 JUNIO					MES 3 JULIO					MES 4 AGOSTO					MES 5 SEPTIEMBRE					MES 6 OCTUBRE	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
Preproducción	1	Etapa precontractual equipo y operadores																											
	2	Investigación																											
	3	Escritura de guiones o libretos																											
	4	Busqueda de locaciones y/o diseño de escenografías																											
	5	Casting																											
	6	Ensayos																											
	7	Plan de producción definitivo (desgloses y planes de grabación)																											
Producción y/o rodaje	1	Grabaciones																											
Postproducción	1	Visualización e ingesta																											
	2	Edición y graficación																											
	3	Colorización																											
	4	Masterización																											
Producción piezas diferentes a pantalla	1	Detrás de cámaras																											
	2	Posproducción detrás de cámaras																											
	4	Producción piezas narrativas para redes sociales y blogs																											
Emisión	1	Recibo de los programas																											
	1	Emisión																											

Fig. 2. Modelo de cronograma

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Esta fase permite determinar con precisión, coherencia y rigor los temas y los subtemas a desarrollar. De un buen trabajo de investigación depende la profundidad de la escritura de los guiones y libretos.

#### **D. Guion, continuidades y libretos**

En esta etapa se definen la estructura y forma final del programa. Conforme al producto que se esté realizando se desarrollarán los textos y diálogos, el orden en el que se presentará la información, así como el número y especificaciones de las secciones.

#### **E. Estilo**

El estilo e identidad del producto lo define el director, realizador y/o productor, establece el lenguaje audiovisual y narrativo a utilizar, así como los recursos visuales, estéticos y sonoros con los que se trabajará y debe comunicarlo a todo el personal que hará parte de la producción para dar claridad.

#### Formatos



Es importante tener en cuenta que en Canal Capital hay unos formatos que los productores del Sistema informativo, transmisiones y otros productos audiovisuales deben diligenciar para solicitar los recursos técnicos:

1. Requerimiento servicio de cámara en exteriores y transporte MPTV-FT-056
2. Plan de grabación MGTV-FT-055
3. Autorización de salida de elementos y equipos MPTV-FT-007
4. Autorización de unidad móvil MPTV-FT-016
5. Solicitud de microondas y/o LiveU MPTV-FT-036
6. Solicitud turno de estudio para grabación de programas MPTV-FT-063
7. Solicitud turno de edición MPTV-FT-064

#### Final etapa de preproducción

Aquí el equipo de trabajo debe haber construido y establecido (para un posterior desarrollo) las bases estructurales de su proyecto, como lo son:

1. Estructura del programa, transmisión, serie o cápsula
2. Diseño del formato
3. Costo del proyecto
4. Cronograma del proyecto
5. Personas que conformarán el equipo de trabajo
6. Estilo de narración

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

7. Redacción de textos
8. Entrevistas
9. Estilo de presentaciones
10. Propuesta visual
11. Diseño de fotografía
12. Diseño de escenografía
13. Diseño de edición
14. Música
15. Material para promoción
16. Propuesta de paquete gráfico (debe ser coherente con los colores e imagen gráfica del Canal)
  - a. Logo del programa
  - b. Secciones del programa
  - c. Créditos
  - d. Banners
  - e. Cortinillas
  - f. Salida y entrada a comerciales
  - g. Despedida
  - h. Fuentes tipográficas

## 2. PRODUCCIÓN

En esta etapa inicia la grabación continua del proyecto y se articulan los planes, dinámicas y cronogramas de producción planeados y desarrollados en la etapa de preproducción.

En Canal Capital diariamente se publica la operación de equipo humano y técnico en los siguientes formatos:



1. Programación diaria MPTV-FT-006
2. Cronograma de salas de edición MPTV-FT-011
3. Programación unidad móvil y estudios MPTV-FT-003

Durante el desarrollo de la producción es importante poner en marcha las siguientes acciones:

- A. Desglose de producción
- B. Reuniones de seguimiento

### A. Desglose de producción

Esta es una tarea del equipo de producción del proyecto. Deberá contener las necesidades de producción y establecer el diseño de los planes de grabación de manera eficiente.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Basados en este documento, la producción garantiza la optimización de los recursos planeados y la calidad del producto audiovisual propuesto desde la preproducción.

## **B. Reuniones de seguimiento**

Durante el tiempo de la producción se deben garantizar reuniones de trabajo periódicas, así:

1. Reunión de contenidos o Consejo de redacción: El productor se reúne periódicamente con los realizadores y su equipo para revisar los planes de trabajo: grabaciones, invitados, personajes, locaciones, expectativas, problemas y soluciones, continuidades, libretos, pregrabados, etc.
2. Reunión de producción: Se deben realizar reuniones de producción para revisar los avances del proyecto, el status de los compromisos frente al cronograma y la manera como será difundido a través de otras pantallas apalancándose en una estrategia transmedial.

### Final etapa de producción

El trabajo de la producción audiovisual se puede realizar de manera lineal o escalonada y la producción elige la opción más conveniente para el producto.

Si se elige la opción de producción lineal, esta etapa concluye cuando las grabaciones llegan a su fin y los planes y diseños de producción han concluido.



En caso de que sea escalonada se desarrollan actividades simultáneas tanto en preproducción, producción y postproducción y el final de esta etapa de producción (grabación) ocurre más adelante en el cronograma cuando ya ha empezado la postproducción.

## **3. POSTPRODUCCIÓN**

La postproducción es la etapa en la que los productos audiovisuales adquieren su forma final, mediante el ensamblaje de las piezas de audio y video obtenidas en la producción.

Durante la edición, el equipo de dirección y producción deben plasmar en las piezas audiovisuales los objetivos conceptuales, narrativos y de ritmo propuestos y deben aprovechar los recursos adicionales como música, gráficas, imágenes de archivo, para finalizar los productos como estaban proyectados desde la idea.

En esta etapa la optimización de los recursos puede mejorar los resultados del producto final. En una sala de edición es posible solucionar algunos problemas de la grabación y también hacer que un buen material se vea aún mejor.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Es una etapa de mucha concentración y orden y se debe tener en cuenta:

- A. Visualización o logging
- B. Postproducción de video
- C. Postproducción de audio

**A. Visualización o logging**

Seleccionar con anticipación los rushes o pregrabados de un producto audiovisual garantiza organización y mejora los tiempos de edición. El director o el realizador tendrán mayor tiempo para crear, detallar y revisar el producto final.

**B. Postproducción de video**

La edición o postproducción de video es la última etapa de un proyecto audiovisual, es un trabajo creativo por parte del editor y el director. Son ellos los encargados de mezclar los elementos audiovisuales conforme a los objetivos narrativos establecidos desde el comienzo del proyecto.

**C. Postproducción de audio**

Esta fase del proceso de postproducción, también creativa, marca la diferencia de un producto audiovisual. La calidad de este proceso determina la buena o mala factura de una pieza audiovisual.

En la postproducción de audio es importante tener en cuenta:



1. Los canales y niveles de audio deben corresponder a los establecidos en el protocolo de entregas de programas a tráfico.
2. La mezcla de audio debe evitar los extremos de sonidos. Encontrar el balance de sonidos agudos, brillantes, muy altos o muy bajos.

El nivel del volumen se debe poder escuchar sin reventar. El rango debe ser dinámico balanceado. No se aceptan compresiones.

3. Los canales de audio, tanto principales como secundarios, deben ser trabajados con rigurosidad, deben corresponder al plano acústico que requiere la pieza audiovisual.

Final etapa de postproducción

El final de esta etapa es el final del proceso de producción. Aquí se deben haber entregado el total de las piezas audiovisuales al departamento de tráfico, previo visto bueno de los equipos de contenido y producción del proyecto.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

## 4. PROTOCOLO DE ENTREGAS DE PROGRAMAS A TRÁFICO

### A. Control de calidad

En Canal Capital la estación de Control de Calidad del área de Programación se encarga de la revisión de los programas a emitir los cuales deben cumplir los siguientes parámetros.

### B. Entrega de material HD

#### 1. Generalidades



- a. VIDEO: Sin compresión, ruido de cuantificación, distorsión o grano. Time Code continuo con in 00:00:00:00.
- b. AUDIO: Limpio, sin distorsión, saturación, sobre modulación, hum, chispa, estática, reverberación, inducción, golpes de micrófono, etc. En Lipsync con pérdida de sincronismo por timing no inferior a 10 ms. Enfasado sin inversión.
- c. META DATA: Si aplica, Closed Caption EIA708.

#### 2. Estructura

- a. Quince (15) segundos de negro.
- b. Treinta (30) segundos de claqueta, que debe incluir la siguiente información: Nombre del programa, referencia, número de capítulo, duración.
- c. Nivelación de video con barras SMPTE al 75% y nivelación en audio con patrón, durante un minuto.
- d. Quince (15) segundos de negro.
- e. Cuerpo del programa: Si aplica y el programa viene por bloques o tiene cortes entre cada bloque del programa, se debe incluir un corte a negro de diez (10) segundos con claqueta que indique corte a comerciales, tiempo de duración, nombre del programa, referencia, número de bloques, capítulo (si aplica).

#### 3. Formato

- a. Contenedor: .MXF (Material Exchange Format).
- b. Codec: XD CAM HD.
- c. Bitrate: 50Mbps.
- d. Muestreo: 4:2:2.
- e. Resolución: 1920 x 1080.
- f. Tasa de Fotogramas: 29.97i Fps entrelazados.
- g. Relación de Aspecto: 16:9.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Nota: Si se utilizan imágenes de archivo en 4:3, se deben escalar de manera anamórfica.

#### 4. Parámetros

- a. NIVELES DE VIDEO: Máximo 700 mV para niveles de blanco, Mínimo 0 mV para niveles de Negro.
- b. NIVELES DE CROMA: Límite a 263 mV. Referenciar a patrón de barras de color SMPTE 75% (100/0/75/0).
- c. AUDIO:
  - Canales: 1 y 2, mezclado monofónico.
  - Niveles: Promedio de -12dB. Mínimos en -20 dB.
  - Picos: Saturación en -5dB (máximo 3 segs).
  - Frecuencia: Muestreo de 48KHz, 24 bits.

#### C. Entrega de programas

1. ÁREA: Programación - Tráfico
2. MEDIO: Digital (Disco duro, Memorias – Tarjetas)
3. MARCACIÓN: El nombre del archivo debe contener el nombre del programa y número de capítulo. Sin símbolos ni caracteres especiales.

#### D. Entrega al área de tráfico

El productor de contenidos o el encargado debe completar un cuadro en Google Drive donde registre los capítulos APROBADOS, para así realizar el control de calidad correspondiente. (Solo el material que aparezca en el cuadro será revisado).

#### RELACIÓN DE CAPITULOS PARA EMISIÓN



SINOPSIS DE LA SERIE:

LÍNEA TEMÁTICA	PRODUCTOR	NUMERO DE CAPITULO	REF.CAPITULOS	DURACIÓN	ESTADO	FECHA	OBSERVACIONES TRAFICO	FICHA TÉCNICA	EMISIÓN	SINOPSIS
----------------	-----------	--------------------	---------------	----------	--------	-------	-----------------------	---------------	---------	----------

#### 1. Entregas:

- a. El programa se debe entregar de manera física en la oficina de tráfico y archivo, bien sea en disco duro o tarjetas, en formato .MXF y con su respectiva Ficha Técnica MDCC-FT-067 en físico con la información completa del programa o capítulo a emitir. El productor debe firmar el formato MDCC-FT-022 de recibido de Control de Calidad.
- b. El programa se entrega de manera digital, es decir, el master de emisión indica una ruta donde el editor debe exportar los programas, el productor debe avisarle



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

al master y a tráfico que los capítulos ya están en la carpeta para que se realice el control de calidad correspondiente, además de entregar la respectiva Ficha Técnica MDCC-FT-067. El productor debe firmar el formato MDCC-FT-022 de recibido de Control de Calidad.

2. Realización de base de datos en el master de emisión, por parte de los ingenieros, cuando la entrega se hace de manera digital.

3. Revisión del programa por parte del personal de control de calidad. Se VALIDA o INVALIDA según la calidad del programa.

La entrega de los programas, sea de manera física o digital, no implica que estos sean validados. El productor debe estar pendiente de este proceso por si hay que realizar correcciones.

**VÁLIDO:** Si el programa cumple con los parámetros establecidos para ser emitidos, se valida y se coloca la información en el Google Drive correspondiente, en el servidor se valida el programa y el master de emisión puede disponer del mismo.



**INVÁLIDO:** En caso de observar errores en el programa, se establece comunicación inmediata con el productor del programa para que procedan a realizar las respectivas correcciones. Se realiza nuevamente el proceso de entrega.

**Nota:** Los programas deben ser entregados en un plazo mínimo de 24 horas antes de su emisión.

4. Al finalizar la entrega de los capítulos, los productores deben entregar el libro de producción con la siguiente información en físico y en digital y el coordinador de programación deberá de elaborar un documento en el que se certifique que dicha entrega se realiza y cumple con los requerimientos. Este documento debe de reposar en una carpeta física y digital para consulta de quien lo requiera.

**Digital:**

- a. Formulación del proyecto (idea central o storyline, sinopsis, estructura narrativa etc.)
- b. Ficha técnica de cada capítulo
- c. Fotografías de los rodajes
- d. Todos los capítulos en formato .MXF y en .MP4
- e. Investigaciones
- f. Guiones
- g. Producción

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- h. Cue sheet formato MPTV-FT-061
- i. Releases

**Físico:**

- a. Formulación del proyecto (idea central o storyline, sinopsis, estructura narrativa etc.)
- b. Ficha técnica de cada capítulo
- c. Releases con firma original

## 5. PRODUCTOS DE CANAL CAPITAL

Canal Capital le apuesta a la producción de contenidos cortos y directos que transmitan sensaciones y sean consumidos masivamente por las audiencias en cualquier plataforma. Con estos contenidos y diseño de programación se atraen audiencias para los programas educativos y culturales, basados en los estudios de audiencias en Colombia, donde se confirma que los públicos sintonizan orgánicamente programas educativos cortos, y que cada vez las audiencias consumen más contenidos a través de plataformas digitales.



Para cumplir con esta propuesta se realizan contenidos en diversos formatos (ficción y no ficción) relacionados con los valores ciudadanos, principios democráticos, antivalores (violencias) y enfocados en poblaciones minoritarias, así como informativos, de opinión y transmisiones especiales. Por su duración y contundencia del mensaje, los contenidos educativos y culturales se posicionan entre los más vistos del Canal; de esta manera la labor misional de aportar a la construcción de una mejor sociedad se cumple con mayor impacto.

Estas son las líneas de productos que Canal Capital ofrece a su audiencia actualmente:

### 5.1. SISTEMA INFORMATIVO

Desde su aparición a mediados de los años noventa, los canales públicos regionales han enfrentado bajos registros de audiencia y una complicada situación financiera. Esto se debe a que sus contenidos normalmente están enfocados hacia la promoción de la educación y la cultura mediante programación de bajo costo, si se compara con las grandes producciones de entretenimiento de los canales privados.

Con el fin de posicionar a Canal Capital entre la audiencia de la región centro y a la vez cumplir con el propósito cultural y cívico que la ley le otorga a la televisión pública en el

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

país, el Canal decidió implementar una estrategia en la que los contenidos informativos se convierten en una herramienta de arrastre para lograr audiencias permanentes para los productos de educación y cultura cumpliendo así su misionalidad.

También con esta estrategia y teniendo en cuenta el tamaño de una ciudad como Bogotá, su importancia como centro económico, político y cultural de Colombia, era necesario brindar a los televidentes una fuente de información completa, veraz y de fácil acceso, con enfoques educativos y culturales.

Es así como Canal Capital emprende el montaje de su propio Sistema Informativo en el año 2016 a partir del principio de periodismo de proximidad como elemento diferenciador de otros sistemas de este tipo en el país. El periodismo de proximidad se entiende a partir de varias características. La primera de ellas, es la generación y difusión de información en un espacio geográfico definido, por lo que los contenidos se elaboran a partir de sucesos sociales, económicos, políticos y deportivos. Por otro lado, se presenta una responsabilidad social del medio con su área de influencia, lo que lo convierte en un actor activo. Por último, las temáticas se tratan a partir de la cercanía con la ciudadanía, es decir, teniendo en cuenta sus preocupaciones, problemáticas y sucesos como fuentes de información (Caldevilla, 2013).



El impacto de la aparición de un Sistema Informativo con un enfoque de proximidad para Bogotá no es menor. Constituye un gran avance en la consolidación de la televisión pública y aporta de manera efectiva a la construcción de un proyecto integral de ciudad que no puede desconocer la importancia de los medios de comunicación.

“La televisión pública de proximidad desempeña, o puede desempeñar, un importante papel en el funcionamiento de las sociedades democráticas actuales, que incluye desde el fomento de la participación, el cultivo de la diversidad y la formación de los ciudadanos hasta la conformación de elementos identitarios de la sociedad a la que informa.” (López García, Soengas Pérez, & Rodríguez Vásquez, 2016)

Por otro lado, los sistemas informativos con enfoque de proximidad como el de Canal Capital, cuentan con una convergencia estratégica entre lo local y lo global. Esto se debe a que la información y su esfera de influencia es local, pero el acceso a la misma, mediante a la utilización de internet y las plataformas virtuales, es global. De esta manera los contenidos producidos son capaces de impactar a personas interesadas en la actualidad de Bogotá, o bogotanos residentes en cualquier lugar del mundo (Caldevilla, 2013).

A partir de estos principios, el Sistema Informativo de Canal Capital ofrece:

1. Capacidad de cubrimiento de buena parte de los hechos noticiosos de la ciudad. De esta forma se atiende la demanda informativa de las localidades y los barrios desde un enfoque micro.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

2. Transmisión permanente de información de Bogotá mediante el uso de cápsulas informativas presentadas en diferentes momentos del día.
3. Profundidad y análisis de las diferentes temáticas tratadas que involucran a la ciudad o acontecen allí. Esto posibilita la presentación de información integral.
4. Adaptación de nuevos formatos televisivos y plataformas de difusión masiva de contenidos como el portal web y las redes sociales.
5. Participación activa de la ciudadanía tanto en la construcción como en el flujo de la información.

Por último, el Sistema Informativo debe entenderse como un espacio que trasciende los noticieros y que procura la generación de diversos espacios con múltiples enfoques que ayuden a nutrir la parrilla de programación del Canal.

En esta apuesta los programas de servicio, opinión, análisis, atención a los ciudadanos, cultura, entre otros muchos temas, se convierten en parte viva del proyecto que se puso en marcha. Por esa misma razón y entendiendo que existen diferentes formatos dividiremos el concerniente capítulo al Sistema Informativo en dos partes: programas y noticias.

## **1. NOTICIAS**

Como es habitual en la realización de productos audiovisuales, los noticieros tienen procesos de preproducción, producción y postproducción, que para el formato se entienden así:



### **A. Preproducción**

Hace referencia a la investigación previa que deben hacer los periodistas de las notas que realizarán para las emisiones de noticias. En este proceso se define la información que se desarrollará, se contrastan las fuentes que puede aportar o controvertir la información y se perfilan los temas para ser presentados en consejo de redacción.

El consejo de redacción debe ser entendido como un órgano vital para la ejecución de las noticias, es allí donde se socializan los temas y se definen los que serán abordados para la emisión correspondiente. Si bien es cierto, el consejo de redacción puede ser inicio del proceso de producción, también puede significar una parte de la preproducción, pues es allí donde se define el enfoque del tema, se eliminan fuentes o se agregan nuevas.

También en este espacio se determinan los recursos con los que se hará el cubrimiento de dicha información y se define el formato con el que se presentará.

Ejemplo:

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Dicha información se desarrollará con un directo desde el lugar de los hechos con paso a un vtr que explique en detalle las consecuencias. Se asigna al periodista una señal, cámara y transporte para el desarrollo del contenido.

#### **Equipos:**

Los equipos técnicos con los que cuenta el Canal para la realización de sus productos son:

- a) Equipos de grabación - cámaras
- b) Equipos de edición - salas de edición y graficación
- c) Equipos de Transmisión – LiveU y microondas



#### **Formatos:**

Los formatos que en la actualidad se utilizan en el Sistema Informativo de Canal Capital.

- a) Directo: Se entiende como un reporte en vivo de un periodista desde el lugar de los hechos con presencia en cámara.
- b) Falso Directo: Se entiende como un grabado, en donde el periodista aparece desde el lugar de los hechos haciendo el reporte en cámara. Se simula un directo.
- c) Vtr: Se entiende como la construcción de una nota con la presencia de elementos como: voz en off, full o testimonio de las fuentes y paso en cámara (puente del periodista para conectar párrafos).
- d) Voice over: Se entiende como el texto que lee el presentador y es acompañado con imágenes de apoyo. En este formato se puede complementar con un full.
- e) In: Se entiende como el texto que lee un presentador en cámara, se utiliza para informaciones de las que no se conocen muchos detalles hasta el momento o que tiene poco desarrollo. También se puede acompañar con un Full
- f) Full: Se entiende como el fragmento de una entrevista que se selecciona para ser emitido al aire, ya sea en un vtr o como elemento de acompañamiento a un In o un voice over.

#### **B. Producción**

Durante este proceso los periodistas, luego de haberseles asignado cámaras, señal de ser necesario y transporte, inician la grabación del material. Por su parte los jefes de emisión

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

inician la construcción de la continuidad (documento que determina las prioridades y el orden del noticiero).

De regreso en el Canal o utilizando la señal asignada, el periodista ingestaré o enviaré para su ingesta el material respectivo. También el periodista redactará el texto de la nota con sus elementos: In, cuerpo de la nota, transcripción textual de full, banner y créditos de la nota. Dichos elementos serán revisados por el corrector de textos y aprobados.

El proceso de producción termina cuando el periodista ha terminado el web edit.

### **C. Postproducción**

Para los periodistas este proceso inicia en salas de edición, allí deben hacer la lectura de los textos y acompañar la edición de las notas periodísticas. Los jefes de emisión deben finalizar la construcción de la continuidad y hacer la revisión de In, banner y créditos de las notas.

El equipo de producción es vital en este proceso porque es el encargado de la asignación de turnos de edición, revisar que las piezas queden asociadas a la continuidad.

Los presentadores harán una última revisión de los In antes de ir al aire.

Tanto en los noticieros como en los programas, se deberá adelantar la continuidad en el sistema inception y los webedit de los periodistas en el VSN.



#### Situaciones especiales:

Retrasos en el cubrimiento de una noticia: En caso que un periodista no pueda acudir al cubrimiento de una noticia o llegue tarde. El jefe de contenidos o emisión deberá tener prevista información y material de apoyo que facilite el registro de dicha noticia utilizando formatos como el In o voice over.

Como acciones preventivas se puede:

1. Utilizar los apoyos de las señales de transmisión en los casos en los que la información es prioritaria.

En caso que definitivamente que no se pueda registra la noticia, el jefe encargado de la emisión tendrá que tener contenidos adicionales para sustentar el tiempo al aire y dicha información quedará para ser registrada en la emisión siguiente.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

## 2. Programas

Como lo hemos mencionado, el Sistema Informativo es un proyecto de generación de contenidos que va mucho más allá de las noticias. Se han diseñado diferentes piezas que por su naturaleza manejan tiempos y periodicidades diferentes a los informativos, por esa razón su proceso lo separamos para efectos del Manual.

### A. Preproducción

Durante este proceso se adelantan consejos de redacción y la preparación de los temas que se desarrollarán para cada programa. Dependiendo de su formato (entrevista, reportaje, magacín, entre otros) se determina si es necesaria la realización de vtr o reel para el acompañamiento del capítulo o emisión.

También se debe definir el perfil de los invitados, para los casos en que sea requerido. Por último, se definen los recursos que se necesitan para la realización de las piezas.

### B. Producción

En este proceso se hacen las grabaciones que correspondan y la coordinación de invitados.

### C. Postproducción

Se realiza la edición de las piezas que acompañarán el programa, se coordina la llegada de los invitados y el alistamiento general del personal para la emisión del programa.

Para los programas que no se hacen en vivo, el último proceso de la postproducción es la entrega a tráfico del contenido para que sea revisado bajo los parámetros establecidos por el Canal.

#### Situaciones especiales:



En el caso de los programas cuando un invitado no pueda llegar a la emisión se deberán tener programas que se puedan repetir.

Como acciones preventivas se puede:

1. Hacer programación de la ruta de los invitados con suficiente tiempo.
2. Tener Planes B y C de invitados cuando la cancelación se da con antelación al programa y existe la posibilidad de remplazarlo.

## 3. Productos del Sistema Informativo

En el marco del proyecto Sistema Informativo de Canal Capital vigencia 2019, se definió la realización de diversos programas noticiosos y de servicio para la comunidad, como una

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

prioridad. Además de los enfoques de coyuntura informativa, siempre se busca desde la producción de las piezas aportar en las líneas de educación y cultura, pilares de la televisión pública.

Es así como los contenidos, sin importar su formato, tratan en sus diferentes emisiones temas de interés general que ayuden a construir una mejor ciudad y valores ciudadanos.

#### 4. Logros y Retos

El Sistema Informativo de Canal Capital ha logrado posicionarse rápidamente como una fuente de información confiable, actualizada y dinámica para los ciudadanos. El propósito educativo que adquirió el Canal desde el 2016 ha logrado robustecerse gracias a la amplia oferta de contenidos de calidad y al aprovechamiento de las plataformas digitales. El reconocimiento y la acción frente a las transformaciones propias de la industria, han permitido al Sistema Informativo estar a la vanguardia de la televisión informativa a nivel nacional.

Sin duda, el Sistema Informativo de Canal Capital ha tenido también una influencia importante en las nuevas audiencias del Canal en los últimos años y el crecimiento en engagement por medio de las plataformas digitales. En materia de reconocimiento, es importante destacar que esta iniciativa estuvo nominada en los Premios India Catalina en 2019 en la categoría de mejor noticiero regional, obteniendo el segundo lugar y un estímulo económico por parte de la ANTV para seguir fortaleciendo su labor.

En cuanto a su visión a futuro, el principal reto es seguir consolidándose como un proyecto sostenible en el tiempo para seguir generando contenidos de utilidad para los bogotanos. Por otro lado, es necesario seguir trabajando en el posicionamiento del mismo, buscando generar sentido de pertenencia por parte de la ciudadanía frente a su Canal público. Las plataformas digitales facilitan cada día más esta interacción constante.



## 5.2. TRANSMISIONES

Para Canal Capital las transmisiones de eventos culturales y deportivos son eje fundamental de la programación y uno de los elementos diferenciales. Dentro de su dinámica actual de producción, el Canal puede transmitir en directo o pregrabar los eventos para ser emitidos de manera posterior de acuerdo a la disponibilidad de la parrilla.

### 1. Tipos de transmisiones

Conforme a las características de cada evento, las transmisiones se clasifican en:



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

#### A. Transmisiones Especiales:

Transmisiones que contribuyen a refrescar la parrilla del Canal. La mayoría de estas son de carácter cultural como: conciertos, obras de teatro, festivales, premiaciones y otros eventos que resultan de convenios especiales que se suscriben con entidades del distrito y otras organizaciones.

#### B. Transmisiones deportivas:

Son aquellas transmisiones cuyo contenido encierra temáticas relacionadas con deportes como: fútbol, basquetbol, karate, natación, ecuestre, ciclismo, atletismo, patinaje, rugby, entre otros. En esta categoría también se ubican festivales deportivos como: Olimpiadas, Festival de verano y convenios con ligas distritales de diversas disciplinas.

#### C. Emisiones especiales:

Estas emisiones son las que el Canal debe emitir por su carácter de canal público. Dichas emisiones también pueden responder a compromisos de carácter comercial adquiridos con entidades distritales para las transmisiones puntuales de actividades.

La realización de una transmisión, independiente de sus características, se aplican las etapas de preproducción, producción y postproducción.

## 2. Preproducción

En esta primera fase, se deben cumplir los siguientes pasos:



A. Evaluar la necesidad de cubrimiento y producción del evento en directo o pregrabado y decidir sobre la viabilidad técnica, humana y económica para llevar a cabo su producción. Este análisis está a cargo de la Dirección Operativa, el director de transmisiones y la coordinación de producción.

B. Una vez aprobada la transmisión, la coordinación de producción se encarga de articular la operación asignando logística y equipo técnico.

C. El director de transmisiones socializa con su equipo la decisión de transmitir el evento indicando el lugar, la fecha y hora de la transmisión y asigna un responsable.

D. En adelante el productor asignado es el responsable de la transmisión y se encarga de:

1. Programar la visita técnica.
2. Diseñar el plano de cámaras y establecer la ubicación de los equipos.
3. Definir el paquete gráfico de la transmisión y coordinar con el equipo de autopromociones para su ejecución.
4. Coordinar con los realizadores del equipo las piezas audiovisuales que se van a desarrollar para rodar durante la transmisión.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

5. Conforme al diseño de producción del evento, solicitar los requerimientos técnicos y logísticos, que incluyen:

5.1. Gestionar con el profesional de producción, haciendo uso de los formatos establecidos en el Canal, los requerimientos de equipos técnicos, edición, transporte de personal y transporte de carga, alimentación, servicio de vigilancia, requerimientos de escenografía y set para presentadores y carpas de bienestar.

5.2. Con el área técnica, usando los formatos establecidos, solicitar los sistemas de transmisión (microondas y/o LiveU), líneas telefónicas y punto de internet.

6. Tramitar, para los casos que se requiera, los permisos necesarios ante los organizadores del evento o autoridades para ubicación de los equipos, tales como:

6.1. Permiso unificado para filmaciones audiovisuales PUFA

6.2. Plan vial de movilidad.

6.3. Permiso del IDU (cuando la unidad móvil va en andenes).

6.4. Permiso del IDIGER cuando la unidad móvil afecta entradas o salidas de evacuación.

6.5. Permiso a entidades privadas cuando el evento afecte su espacio.

7. Realizar el montaje de escenografía y el montaje técnico el día del evento o el día previo al mismo,

En el montaje técnico verificar: la ubicación la unidad móvil, el vehículo de apoyo, las carpas, las cámaras, el cableado y las luces de acuerdo con las necesidades del evento.

8. Realizar chequeo y aprobación de: micrófonos de presentadores, plan de cámaras, balance de las mismas, comunicación y señal con el master de emisión, etc., antes de la transmisión.

### 3. Producción

Se considera como la etapa de mayor cuidado en la realización de una transmisión, cuando comienza el evento pueden surgir imprevistos y el equipo de producción debe estar atento y dispuesto a resolverlos.



Son pasos a seguir en la etapa de producción:

A. Antes de comenzar la transmisión, la producción debe gestionar y materializar la firma, según se requiera, de los siguientes formatos:

1. Releases de los artistas que participan en el evento MPTV-FT-052

2. Autorización para la participación de menores de edad y cesión de derechos MPTV-FT-049

3. Autorizaciones de registro audiovisual, posterior uso de la imagen y cesión de derechos MPTV-FT-052

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- B. Estar en constante comunicación con el master de emisión para realizar las coordinaciones a que haya lugar.
- C. Realizar la producción en vivo de acuerdo con el guion y las instrucciones impartidas por el director de la transmisión, en cuanto a planos, secuencias, entrevistas y demás recursos disponibles según el tipo de evento.
- D. Cuando la transmisión es pregrabada, sea un registro o para emitir con posterioridad, se debe verificar que la grabación haya quedado en perfecto estado.
- E. Toda transmisión que deba ser emitida en diferido deberá ser entregada por el productor de móvil a tráfico debidamente etiquetada y pietada para su posterior ingesta.

#### **4. Postproducción**

La etapa de postproducción está asociada a la edición, pero para el caso de las transmisiones por su particularidad de ser una grabación en vivo, así sea transmitido en directo o con posterioridad, la etapa de postproducción no es muy frecuente; sin embargo, la edición si está presente durante la etapa de preproducción cuando se desarrollan las piezas que se incluyen en el cuerpo del programa.

#### **5. Plan de contingencia en caso de fallas técnicas durante una transmisión en directo para el servicio de televisión**



El propósito del plan es fijar las pautas que faciliten la toma de decisiones que agilicen la capacidad de reacción de quienes intervienen en la producción y emisión del evento para corregir las causas de la incidencia de manera eficiente y oportuna.

Este plan de contingencia se elabora para minimizar el impacto que eventuales fallas técnicas o sucesos imprevistos durante una transmisión en directo.

A. Cuando hay retraso en el inicio del evento y no se puede iniciar la transmisión:

El productor de transmisión de evento deberá advertir al master de emisión y dependiendo del tiempo que se solicite para iniciar la transmisión, se tomarán las siguientes medidas:

1. Si el retraso es de más de 10 minutos, se dará continuidad a la programación habitual. Por esta razón deberá estar ingestada sin importar el evento a transmitirse y es responsabilidad del coordinador de programación.
2. Si el retraso es de 5 minutos hasta 10 minutos, se procederá a la emisión del corte inmediatamente siguiente, programado por continuidad y se continuará así hasta nueva orden. El conteo de inicio de transmisión estará a cargo del master de emisión y dependerá de la duración de la contingencia programada.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

3. Si la transmisión se retrasa más de lo esperado, se debe tomar la decisión de continuar o de esperar entre las coordinaciones de producción y de programación.

**B. Cuando en medio de la transmisión sucede una falla técnica:**

1. La falla será reportada por el ingeniero de máster de emisión o por el operador de turno al ingeniero de producción quien determinará si la transmisión debe interrumpirse para arreglar la señal. Si esto llega a suceder se procederá a la emisión del corte inmediatamente siguiente programado por continuidad y se continuará así hasta nueva orden. El conteo de inicio de transmisión estará a cargo del master de emisión y dependerá de la duración de la contingencia programada.

2. Si el Ingeniero de producción determina que la falla no puede ser arreglada y la Dirección Operativa autoriza la continuidad con esta falla (sonido o video) se deberá presentar una marca de agua así: Fallas técnicas de origen.



3. En caso que la falla no pueda ser solucionada y que la determinación del ingeniero de producción previa autorización de la Dirección Operativa, sea la de NO continuar con la transmisión, se dispondrá a emitir la programación habitual la cual deberá retomar con preventivo, se emitirá un (1) crawl una sola vez con el que pedimos disculpas a la audiencia por la interrupción y debido a fallas técnicas de la transmisión y la invitamos a disfrutar del siguiente programa.

**C. Cuando en medio de la transmisión se cae la señal de la transmisión en vivo:**

1. Se debe emitir de forma inmediata el corte siguiente programado por continuidad y se continuará así hasta nueva orden. Cuando el ingeniero de producción apruebe el regreso a la transmisión, el conteo de inicio de transmisión estará a cargo del máster de emisión y dependerá de la duración de la contingencia programada; se genera un crawl con el que pedimos disculpas a la audiencia por la interrupción y debido a fallas técnicas de la transmisión y la invitamos a disfrutar del siguiente programa.

2. Si el ingeniero de producción determina que la falla es permanente y no se puede restablecer la transmisión, se dispondrá a emitir la programación habitual la cual deberá retomar con preventivo y se genera un crawl con el que pedimos disculpas a la audiencia por la interrupción y debido a fallas técnicas de la transmisión y la invitamos a disfrutar del siguiente programa.

3. Si la transmisión lo amerita se deberá tener un sin fin previamente ingestado en máster de emisión y producción donde se avise: En minutos continuará la transmisión

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

4. De acuerdo al tiempo de la solución de la falla que determine el ingeniero técnico de la transmisión, durante el corte programado por emisión, el master de emisión deberá crear un crawl avisando: Se le informa a la audiencia que en minutos regresaremos con la transmisión una vez solucionemos fallas técnicas.

**D. Cuando se termina la transmisión antes del tiempo programado en parrilla:**

Se continuará con la programación habitual Por lo que está siempre deberá estar ingestada sin importar el evento a transmitirse. si el programa que debería ir era un programa en directo como noticias y no estaba programado se dará continuidad al siguiente programa.

**E. Cuando se extiende la transmisión en el tiempo**



Previa autorización de la coordinación de programación de la extensión de tiempo, se levantará la programación y al terminar se deberá emitir la programación habitual. Por lo que ésta siempre deberá estar ingestada sin importar el evento a transmitir.

Lo anterior en virtud de las políticas de operación para la transmisión de eventos especiales y programación en vivo.

**6. Protocolo de entrega de eventos**

Los parámetros técnicos para la entrega de eventos culturales y deportivos (pregrabados) son los mismos que para la entrega de programas. (punto 4 de las GENERALIDADES DE PRODUCCIÓN - PROTOCOLO DE ENTREGAS DE PROGRAMAS A TRÁFICO página 14 de este Manual)

- A. Durante el proceso de preproducción del evento, el productor encargado debe concertar con el área de programación el horario de grabación y emisión, los cortes y la duración exacta del evento.
- B. Luego de la grabación, el productor deberá entregar el evento en un plazo mínimo de 24 horas hábiles antes de su emisión o en el caso puntual de que se deba emitir horas después de la grabación, deberá hacerlo llegar a tráfico a la mayor brevedad. Junto con el evento deberá entregar el formato de SCRIPT CÓDIGO: MPTV-FT- 010 (ficha técnica) debidamente diligenciado con la información correspondiente.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

- C. Luego de la grabación, si esta deberá ser emitida entre 3 y 8 horas después, se deberá enviar la grabación mediante equipo de transmisión ya sea LiveU o microondas, y esta deberá ser recibida en el IN – OUT e ingestarse en máster de emisión para ser emitida.

Nota: El área de control de calidad solo segmenta los bloques y revisa que los parámetros para emisión estén de acuerdo a lo requerido (audios y calidad de imagen). Dicha área no está autorizada para editar, insertar cortinillas ni cambiar el contenido, aspectos que son responsabilidad del productor, quien debe estar disponible antes y durante la emisión del programa.

Los parámetros técnicos para la entrega de eventos culturales y deportivos (DIRECTO) son los mismos que para la entrega de programas. (punto 4 de las GENERALIDADES DE PRODUCCIÓN DE ESTE MANUAL - PROTOCOLO DE ENTREGAS DE PROGRAMAS A TRÁFICO).



- D. Las tarjetas con el material original de los eventos deben ser entregado a tráfico una vez finalizada la grabación ya que es material que debe estar disponible de forma inmediata en el Canal para cualquier tipo de utilización.

### 5.3. OTROS PRODUCTOS AUDIOVISUALES

CAPITAL se plantea la transformación de la sociedad hacia un modelo participativo, de cuidado, incluyente, sostenible y consciente, a través del desarrollo y producción de contenidos, estrategias y experiencias relevantes para los ciudadanos en la Bogotá D.C. a la vez que fomenta el desarrollo del sector audiovisual de la capital.

Entre las modalidades que fortalecen el desarrollo del sector están las convocatorias públicas, producciones por encargo, coproducciones y las adquisiciones, entre otras. En cualquiera de estas modalidades se invita a empresas audiovisuales, productoras y/o distribuidoras a presentar propuestas de proyectos multiplataforma (incluida la pantalla de televisión) acordes con un diseño de fichas de contenido que responden coherentemente a una política misional y editorial que es cruzada por los ejes temáticos desarrollados por el área de ciudadanía, cultura y educación; y bajo una perspectiva de “*ciudadano en el centro*” y de la eficiencia en sus diseños de producción.

La financiación de estos contenidos, son respaldados por proyectos inversión de MinTIC, acuerdos, convenios y/o contratos con diferentes empresas e instituciones públicas y privadas del ámbito local, nacional e internacional y/o con recursos propios de Capital. Por lo anterior el diseño de contenido específico y sus diseños de producción, si bien están en el marco de una metodología tipo establecida, puede surtir modificaciones que respondan



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

a las lógicas y parámetros que determinen los objetivos de cada resolución, acuerdo, convenio o contrato.

La metodología tipo es una línea de acciones que permiten desarrollar un contenido desde la concepción de la idea, cumplimiento de objetivos editoriales y misionales hasta la circulación y promoción del mismo en las diferentes plataformas del canal. La cadena de acciones puede variar el orden, incluir o excluir ítems y/o ser de mayor o menor envergadura, dependiendo la naturaleza de su origen, es decir si está ligado a compromiso con otras instituciones o a proyectos coyunturales que deban responder con celeridad a las necesidades de la audiencia y se deban simplificar los procesos, lo anterior sin perjuicio de afectar la calidad del contenido y la factura audiovisual.

### **METODOLOGÍA DE DISEÑO DE PRODUCCIÓN Y SEGUIMIENTO DE PROYECTOS TERCERIZADOS.**

- Diseño de ficha de contenido: productores de contenido con énfasis en narrativas audiovisuales y en diseño de producción construyen el marco del contenido, entre otros estaría: tema, enfoque, audiencias, género, formato, tratamiento narrativo, técnico y de producción.
- Términos de referencia (convocatoria, convenio, contrato): En equipos de trabajo conformado por los productores de contenido, áreas jurídica y financiera, se establecen entre otros aspectos, el objeto, estudio del sector, valor, justificación, fuentes de financiación, matriz de riesgos y tiempo de ejecución.
- Recepción de proyectos (vía convocatoria, estudio de mercado u oferta directa): De acuerdo con los planteamientos de las fichas de contenido y términos de referencia se convoca publica o directamente, dependiendo el procedimiento determinado por el manual de contratación vigente y por las consideraciones establecidas en los actos administrativos que dan origen al proyecto, si estas existieran.
- Evaluación creativa y operativa del proyecto: productores de contenido evalúan la coherencia y eficiencia de los proyectos recibidos, con lo establecido en las fichas de contenido y términos de referencia con el fin de determinar su viabilidad.
- Suscripción del acto administrativo (contrato o convenio): Se suscribe el acto administrativo de la persona jurídica o natural que cumpla con los requerimientos establecidos en el manual de contratación vigente y las disposiciones establecidas por el área jurídica y operativa que garanticen la correcta ejecución del proyecto.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- Ejecución y seguimiento: El proyecto será supervisado por quien se determine en los estudios previos y en el contrato, de acuerdo con lo establecido en el manual de contratación y supervisión vigente, y contará con el apoyo a la supervisión de productores de contenido quienes acompañan y monitorean la ejecución particular de cada contenido, generan alertas tempranas y articulan procesos de mejoras con los contratistas, a fin de garantizar tiempos, factura y calidad de los proyectos.

En el seguimiento a la producción se aplicarán la lista de entregable y parámetros técnicos que hacen parte integral de este manual (ver anexos), y que serán susceptibles a cambios teniendo en cuenta la naturaleza y alcance de de cada proyecto.

Ver anexos 4 al 12

## 6. OTRAS AREAS DEL CANAL

### 6.1. Programación

El área de programación apoya a la Gerencia en la definición de las estrategias de programación de sus contenidos, para colocarlos a disposición de la audiencia a través del servicio de televisión con la misión de proveer una alternativa de programación cultural y educativa que refleje la amplia diversidad de la ciudad de Bogotá.

Aporta a la identificación de las audiencias, para conocer sus hábitos, intereses y necesidades de consumo de televisión con el objetivo de impactarlas con productos audiovisuales creativos e innovadores.



Vela por que los contenidos del Canal cuenten con los estándares técnicos y de contenido coherentes a la línea editorial de la entidad, para consolidar una oferta de programación que responda al compromiso de satisfacer las necesidades de educación, información, cultura, entretenimiento de la audiencia, así como el respeto a los derechos de autor y conexos.

#### A. Grupos de trabajo:

##### 1. Continuidad de la emisión

Planeación y ejecución de los criterios técnicos y editoriales para el diseño de parrilla y de continuidad diaria de emisión en el servicio de televisión incluyendo la pauta y espacios comerciales (anexo 1: lineamientos generales)



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

## 2. Tráfico de programación

Alistamiento del material de los contenidos de programación para la emisión a través del servicio de televisión, de acuerdo con la parrilla de programación semanal, la continuidad de emisión diaria, las directrices establecidas por la dirección y la normatividad vigente. (Anexo 2: circular de parámetros técnicos y de política editorial)

## 3. Sistemas de acceso

Elaboración de sistemas de acceso a la población sorda e hipoacúsica a los contenidos de la programación tales como closed caption y lengua de señas colombiana. MDCC-MN-003 Manual de closed caption

## 4. Análisis de audiencia

Medir las audiencias que consumen Canal Capital a través de los diferentes canales de distribución para obtener información sobre sus hábitos de consumo, sus gustos, preferencias y necesidades de información, los niveles de aceptación de programas, tiempo de exposición a los mismos, etc. que permita planear, diseñar y desarrollar contenidos de calidad acordes con los principios de la programación. MDCC-IN-003 Protocolo para la medición de audiencias.

## 5. Operación de la emisión

Este equipo realiza la operación del master de emisión y verifica que lo puesto en la parrilla de programación y en el playlist se emita adecuadamente. MDCC-PL-002 Plan de contingencia.

## 6. Archivo audiovisual



Almacenamiento y salvaguarda del patrimonio audiovisual del Canal análogo y digital con lo que se facilita la optimización del recurso de almacenamiento proveído por la entidad y en ese mismo sentido garantiza el acceso a los contenidos audiovisuales en custodia del área (anexo 3: Manual de catalogación)

### 6.2. Nuevos Negocios

El área de Nuevos Negocios de Canal Capital, nace las necesidades de las entidades que tienen como objetivo comunicar a través de actividades, campañas, material institucional entre otros.

#### A. Objetivos:

1. Desarrollar el escenario ideal para la interacción, posicionamiento y crecimiento de las marcas.
2. Generar experiencias únicas a partir del conocimiento y empatía con los usuarios, para generar conexiones que perduren en el tiempo.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

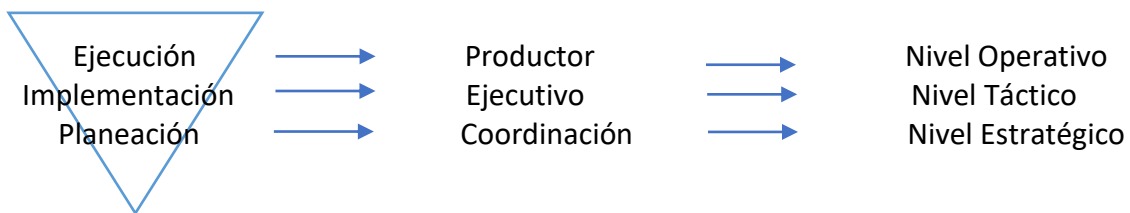
3. Lograr una experiencia integral y exitosa con los clientes

**B. Servicios:**

1. Creación y diseño de campañas digitales para promoción, divulgación y posicionamiento de marcas y/o actividades en redes sociales.
2. Producción ejecutiva, general, técnica y ejecución logística para la implementación de campañas, promociones y eventos de gran formato
3. Creación y diseño de páginas web y aplicaciones digitales (apps y OTT).
4. Creación de actividades de promoción y divulgación (creación de personajes, expresiones artísticas, performance, flash mobs, entre otros).
5. Conceptualización, diseño y ejecución de estrategias de comunicación no tradicionales
6. Diseño y creación de objetos de merchandising, stands, puestos, vallas, entre otros.
7. Logística y organización de talleres, conferencia, encuentros, feria, trade shows, exposiciones, congresos
8. Central de medios: el área de Nuevos Negocios cuenta con amplia experiencia y conocimiento sobre el manejo de los diferentes medios ATL para estructurar, en conjunto, estrategias de comunicación. Además genera negociaciones con medios de comunicación para la optimización de los presupuestos.



**C. Etapas de Producción**

Los eventos son una gran herramienta para marcar y potenciar la imagen de un cliente, así como fidelizar y captar nuevos clientes o seguidores. Existen **tres etapas** bien definidas en la creación de los eventos: el antes, el durante y el después. Antes de profundizar en estas fases, se debe tener en cuenta una serie de factores comunes para la elaboración de cualquier tipo de evento



1. La **fase preproducción** que involucra la planificación y la preparación. En esta etapa se trabaja varios aspectos, como el desarrollo del brief, la definición de los objetivos, la búsqueda de la locación y el desarrollo de la idea.

2. La segunda etapa, es la producción: **el desarrollo del evento**. Es el momento de visitar el lugar donde va a desarrollarse el evento para así realizar el seguimiento del montaje

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

para que todo esté preparado. En esta fase se realizan las gestiones con los proveedores necesarios para el proyecto. Así mismo, cuando el evento cuenta con tiempo suficiente, se elabora un plan de trabajo, se realizan diversos ensayos y se establece un cronograma para que pueda seguir el equipo de producción.

3. Terminado el evento, incluido el desmontaje, se pasa a la **fase de postproducción** donde se analizan los resultados obtenidos. Es también el momento de valorar la satisfacción del cliente, la consecución de los objetivos y el ROI (el impacto y resultados del evento en relación con el retorno de los objetivos).

Para dar inicio a la ejecución de eventos es importante definir la complejidad de cada uno de ellos.

#### **D. Definición y Clasificación de la Complejidad**

Dentro del acompañamiento que realiza el área de Nuevos Negocios a los cliente está la de definir la complejidad de la actividad a realizar, la cual se establece de acuerdo a variables tales como: aforo, tipo de evento, clasificación de público por edad, lugar donde se desarrolla la actividad, infraestructura a utilizar, entorno del lugar, dinámica del público, frecuencia, características de la presentación, limitación de ingresos, carácter de la reunión y las demás que se estimen pertinentes de conformidad con las normas vigentes.

##### **1. Alta Complejidad**

Eventos que generan afectación al normal funcionamiento de la ciudad; con un alto impacto a las condiciones de salubridad, seguridad y convivencia y una alta probabilidad que se generen riesgos en el interior y/o en el exterior del evento.



##### **2. Media Complejidad**

Eventos que no generan afectación al normal funcionamiento de la ciudad, con un impacto moderado a las condiciones de salubridad, seguridad y convivencia y una media probabilidad que se genere riesgos en el interior y/o en el exterior del evento.

##### **3. Baja Complejidad**

Corresponde a los eventos que no generan ninguna afectación en el exterior del evento, con un impacto bajo a las condiciones de salubridad, seguridad y convivencia y con una baja probabilidad de generarse un riesgo en el interior del evento.

Nota: para los eventos de alta y media complejidad, debe tenerse en cuenta que se hace necesario presentar el plan de emergencias y contingencias o implementar un plan tipo, cuando este exista y registrarlo ante las autoridades competentes, tal y como lo establece

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

el Decreto 2157 de 2017 e instalar un PMU el cual será verificado por el conjunto de entidades integrantes del SUGA.

#### **E. Productos**

Algunos de los productos y servicios que ofrece el área de Nuevos Negocios son:

##### **1. Campañas**

Asesoría al cliente para clarificar sus necesidades de comunicaciones y crear estrategias (planes de medios/ campañas) para comunicar de manera eficiente.

Se supervisa el desarrollo de comunicación para que pueda ser transmitida por diversos medios de comunicación (radio, tv, estrategia digital, prensa, medios de transporte, entre otros)

En el desarrollo de una campaña, el equipo de Nuevos Negocios interpreta herramientas de medición de: eficiencia, impacto y alcance de campañas y crea los correspondientes informes para los clientes.

Por el volumen de las negociaciones con los medios, se puede ofrecer a los clientes tarifas especiales.

##### **2. Material institucional**

Gracias a las alianzas con los proveedores, se producen gran variedad de material POP (audífonos, speaker, maletas, libretas, USB's, esferos, llaveros, sombrillas y todo material donde se pueda imprimir o estampar con información) para generar recordación de marca.

#### **F. Procesos**

En la ejecución de Nuevos Negocios se maneja el siguiente proceso:

##### **1. Planeación**

- Elaboración de presupuesto



##### **2. Comercialización**

- Creación / actualización base de datos.
- Actualización/ajustes presentación comercialización
- Seguimiento a comercialización
- Propuesta Nuevos Negocios

##### **3. Suscripción de contrato**

##### **4. Ejecución:**

Una vez suscrito un contrato interadministrativo, la ejecución se da de la siguiente manera.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Con cliente:

1. Solicitud de requerimiento por parte de la entidad
2. Salida al mercado por parte del Canal
3. Envío de estudios de mercado por parte del Canal al cliente
4. Aprobación de cliente
5. Ejecución de requerimiento
6. Facturación

Dentro del área



1. Solicitud de requerimiento por parte de la entidad
2. Salida al mercado por parte del Canal
3. Envío de estudios de mercado por parte del Canal al cliente
4. Aprobación de cliente
5. Solicitud de orden de servicio a proveedor con bolsa o contratación a proveedor
6. Supervisión y acompañamiento a la ejecución de requerimiento
7. Realización de informes de ejecución de cada requerimiento
8. Seguimiento financiero de cada entidad
9. Seguimiento financiero global para proveedores y clientes
10. Informes para facturación con cliente
11. Facturación a cliente
12. Recepción de facturas de proveedores
13. Revisión de cumplimiento a proveedores
14. Visto bueno pago a proveedores

## **F. Funciones**

El equipo de Nuevos Negocios se compone del siguiente personal y sus respectivas funciones:

Gerente Nuevos Negocios



1. Verificar las gestiones jurídicas, administrativas y financieras que desarrolle el Canal en el marco de las nuevas actividades sociales adoptadas mediante el Acuerdo N° 004 de 2016.
2. Coordinar la comercialización de las nuevas actividades sociales de Canal Capital.
3. Coordinar las actividades administrativas y jurídicas asociadas a los proyectos de ATL y Bit, Central de Medios, de Organización de Eventos, entre otros, que sean necesarias para asegurar el cumplimiento de los compromisos adquiridos por el Canal, en el marco de las nuevas actividades sociales.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

4. Hacer parte del Comité de Asesores para la evaluación y calificación de las propuestas presentadas dentro de los procesos de selección del área de Nuevos Negocios.
5. Responder a las observaciones presentadas a los informes de evaluación de los procesos de selección.
6. Responder a las observaciones presentadas a los prepliegos y pliegos de condiciones definitivos.
7. Coordinar las actividades de producción audiovisual de los contratos suscritos por el área de Nuevos Negocios que contengan producción audiovisual.
8. Realizar la revisión final de las cotizaciones presentadas a los clientes por parte del área de Nuevos Negocios de Canal Capital.
9. Realizar la revisión final de los Certificados de Disponibilidad Presupuestal, que se expidan con el fin del cumplir con los eventos asignados por los clientes.
10. Liderar los eventos especiales asociados a las nuevas actividades sociales de Canal Capital.
11. Controlar la ejecución de los contratos suscritos por Canal Capital, en lo que respecta a la producción audiovisual.
12. Presentar informes administrativos, técnicos y financieros de seguimiento de cada uno de los proyectos desarrollados.
13. Apoyar la Supervisión de los Contratos interadministrativos asociados a la línea de Nuevos Negocios.
14. Las anteriores obligaciones podrán cumplirse mediante la generación, producción y transmisión de contenidos televisivos y audiovisuales en cualquier plataforma tecnológica, de acuerdo con las necesidades del Canal

**Coordinadora Logística:**



1. Coordinar cada una de las actividades realizadas por los productores en el desarrollo de los eventos realizados por Canal Capital.
2. Coordinar el diseño y aplicación de los procedimientos necesarios para llevar a cabo una ejecución efectiva de las tareas realizadas por los productores
3. Verificar que los requerimientos realizados por las entidades se encuentren acordes a las obligaciones contractuales pactadas en los contratos principales suscritos por Canal Capital.
4. Verificar que los precios estén acordes con el mercado y aprobar los estudios de mercado que realicen los productores de las diferentes cuentas.
5. Realizar el seguimiento a la facturación interna y externa de las cuentas asignadas a los productores.
6. Realizar seguimiento de los requerimientos presentados por cada una de las entidades distritales con ocasión a las actividades relacionadas con Nuevos Negocios.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

7. Liderar y verificar la estructuración de los estudios de mercado realizados por los productores de Nuevos Negocios.
8. Realizar el seguimiento a cada uno de los proveedores que sean seleccionados por el Canal para que se cumplan con las especificaciones técnicas necesarias para garantizar la realización de eventos requeridos dentro de los Nuevos Negocios.
9. Apoyar la supervisión de la ejecución de los contratos suscritos con ocasión de la operación logística de los Nuevos Negocios
10. Realizar el seguimiento a la preparación de los informes asociados a la suscripción y ejecución de los contratos celebrados con ocasión de la operación logística de los Nuevos Negocios.
11. Realizar el seguimiento de los productores que se encuentren en el campo de acción de los eventos y asistir al mismo cuando sea necesario.
12. Coordinar las reuniones de tráfico semanal, para que el seguimiento de los requerimientos de los clientes.
13. Realizar la estructuración y revisión de los formularios de inteligencia de mercados.
14. Realizar la estructuración y revisión de las cotizaciones que Canal Capital envíe a las entidades con el fin de la suscripción de nuevos contratos interadministrativos.
15. Apoyar en la revisión y calificación de las propuestas presentadas dentro de los procesos de selección.
16. Verificar y hacer cumplir el procedimiento establecido para la línea de Nuevos Negocios.
17. Realizar el seguimiento a las presentaciones realizadas por parte de los productores de Nuevos Negocios.

#### Asesor Jurídico:

1. Estructurar inteligencias de mercado.
2. Proyectar estudios previos, pre pliegos, pliegos de condiciones y demás actos administrativos que se requieran dentro de las modalidades de selección y en general todas aquellas actuaciones jurídicas que se asignen para su conocimiento y seguimiento.
3. Responder a las observaciones presentadas a los prepliegos y pliegos de condiciones definitivos.
4. Elaborar memorandos con las cotizaciones enviadas por los proveedores, con el fin de realizar comparaciones objetivas.
5. Revisar que las cotizaciones guarden coherencia entre sí y se escoja la oferta económica más favorable para Canal Capital.
6. Hacer parte del Comité de Asesores para la evaluación y calificación de las propuestas presentadas dentro de los procesos de selección.
7. Responder a las observaciones presentadas a los informes de evaluación de los procesos de selección.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

8. Revisar la documentación soporte para la estructuración de contratos con personas naturales y jurídicas guardando coherencia con lo dispuesto en el Manual de Contratación Supervisión e Interventoría de la entidad.
9. Aprobar las pólizas que amparen los contratos desarrollados por el área de Nuevos Negocios.
10. Realizar las prórrogas modificaciones y actas de liquidación que se requieran en el área de Nuevos Negocios.
11. Revisar y analizar los contratos interadministrativos suscritos por Canal Capital en función del área de Nuevos Negocios.
12. Adelantar los procedimientos y trámites que se requieran en las etapas precontractual, contractual y postcontractual.
13. Emitir, los conceptos jurídicos que le sean solicitados dentro de los términos de Ley.



#### Productores:

1. Apoyar la consolidación de las relaciones con proveedores de servicios, incluyendo la elaboración de una base de datos.
2. Realizar el presupuesto de los eventos que le sean asignados, incluyendo la realización de cotizaciones, reportes y desgloses técnicos.
3. Elaborar informes y actas relacionados con los eventos que le sean asignados.
4. Llevar a cabo el seguimiento operativo de los eventos asignados, asegurando que se cumplan los objetos contratados y se satisfagan las necesidades de los clientes.
5. Realizar la organización logística a fin de desarrollar un manejo eficiente de tiempo- espacio
6. Ejecutar el plan de trabajo definido por el coordinador de la línea de Nuevos Negocios, de los eventos asignados.
7. Realizar estudios de mercado para la celebración de contratos.
8. Apoyar la estructuración de estudios previos y documentos preliminares requeridos para suscribir los contratos de apoyo a la operación logística.
9. Asistir a todos los eventos que le sean asignados.
10. Brindar apoyo a la elaboración de actas de liquidación de los contratos interadministrativos que le sean asignados.
11. Apoyar la supervisión de contratos que celebre Canal Capital a través del área de Nuevos Negocios.

#### Ejecutivos:

1. Realizar la revisión de cotizaciones y cuadros de comparación de ofertas entregados por el Coordinador(a) de Campo, para presentarlos posteriormente a los supervisores de las diferentes entidades para su aprobación.





	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

2. Recopilar toda la documentación para la contratación de los proveedores de Canal Capital.
3. Realizar el seguimiento presupuestal de la ejecución de los contratos suscritos con los diferentes proveedores.
4. Realizar el seguimiento y revisión de los informes de servicio proporcionados por el Coordinador(a) del área de Nuevos Negocios
5. Realizar el seguimiento y control de las cuentas que le sean asignadas por la Coordinador(a) del Área de Nuevos Negocios.
6. Gestionar las actas de recibido a satisfacción de los servicios proporcionados por el Canal a las entidades, en los casos que sea necesario.
7. Presentar al líder de Nuevos Negocios, de manera semanal, informes del estado de cuenta con las diferentes entidades, que incluyan ejecución presupuestal, actividades ejecutadas durante el periodo reportado, próximas actividades y temas críticos.
8. Realizar el alistamiento y seguimiento al proceso de facturación de Nuevos Negocios, con ocasión de los diferentes contratos suscritos con las entidades, con apoyo de los recursos asignados al área.
9. Apoyar y realizar solicitudes de cotización y estudios de mercado.
10. Diseñar presentaciones solicitadas por el líder de Nuevos Negocios, dirigidas a clientes o directivos.

#### Apoyo financiero:



1. Realizar el seguimiento de la ejecución financiera de los contratos suscritos por el Canal, para el desarrollo de las nuevas actividades sociales, mediante la consolidación y reporte de la información.
2. Revisar la proyección de las solicitudes de disponibilidad presupuestal relacionadas con las nuevas actividades sociales.
3. Verificar la consolidación de informes financieros solicitados por las diferentes áreas de Canal y/o las entidades con las que se suscriben contratos en desarrollo de las nuevas actividades sociales de Canal Capital.
4. Elaborar y hacer seguimiento a las solicitudes de facturación requeridas para los contratos suscritos por Canal para el desarrollo de las nuevas actividades sociales.
5. Asegurar el control y seguimiento a los rubros del presupuesto de gasto que se ejecuten en desarrollo de las nuevas actividades sociales de Canal.
6. Asegurar que la facturación se allegue por parte de los proveedores de manera completa con todos los productos y documentos necesarios para dar trámite a la facturación incluida la aprobación de la póliza del contrato.
7. Verificar el control que se requiera sobre la ejecución financiera de las bolsas de operadores.
8. Realizar las presentaciones que le sean solicitadas.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 <b>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.</b>
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

9. Asegurar que la información del presupuesto de cada uno de los contratos suscritos por el área de Nuevos Negocios, esté validada con la información suministrada por el área financiera del Canal.
10. Apoyar con la elaboración de comunicaciones internas y externas que tengan que ver con los temas relacionados con su gestión.
11. Asistir a las reuniones que sea convocada, con el fin de presentar la información financiera de los contratos suscritos por Canal Capital.
12. Apoyar con la verificación del cumplimiento de los requisitos establecidos en el Manual de contratación, supervisión e interventoría de Canal Capital en los casos que estén relacionados con su gestión.

Apoyo administrativo:

1. Apoyar en la realización de las certificaciones de pago para los distintos contratistas, así como la revisión de todos los documentos requeridos para este trámite.
2. Llevar a cabo el trámite para la expedición de los Certificados de Disponibilidad Presupuestal "CDP", teniendo en cuenta los valores consignados en los estudios de mercado suministrados por los productores.
3. Realizar el seguimiento y control de los Certificados de Disponibilidad Presupuestal "CDP".
4. Apoyar con la documentación necesaria para la elaboración de informes finales de supervisión y el trámite que estos deben surtir al interior de la entidad.
5. Proyectar y redactar las comunicaciones y demás documentos administrativos requeridos.
6. Orientar a los contratistas sobre los procedimientos y estado de los pagos establecidos por la entidad.
7. Apoyar la realización y seguimiento de los presupuestos de cada uno de los contratos suscritos en desarrollo de proyectos de BTL y los eventos en los que esté a cargo el Canal.
8. Apoyar en la construcción y diligenciamiento de los archivos y bases de datos necesarios para el funcionamiento de Nuevos Negocios.
9. Realizar la recolección de todos los documentos necesarios para la elaboración de los contratos de Nuevos Negocios, así como llevar a cabo la correspondiente organización de los mismos.
10. Llevar a cabo la recolección de toda la información necesaria para la presentación de ofertas por parte de Canal Capital.
11. Apoyar el seguimiento de los cronogramas de ejecución de los proyectos asociados a las actividades de Nuevos Negocios.
12. Apoyar en la construcción y elaboración de informes necesarios para el funcionamiento de Nuevos Negocios.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

## 6.3. Digital

### 1. Generalidades

Canal Capital es un medio que distribuye sus contenidos a través de distintos canales de comunicación, tales como la señal radiada de televisión o las plataformas digitales. Estas últimas han tenido un importante ritmo de crecimiento en los últimos años. Según el Data Reporte Real de Hootsuite en su informe mundial, en 2018 más de 31 millones de personas en Colombia tenían acceso a medios sociales digitales, lo que indica un potencial de público que debe ser tenido en cuenta. El mismo estudio también ratifica que la penetración de la internet en la población colombiana es del 63 %, porcentaje que, es previsible, irá en aumento con el pasar de los años.

Por lo anterior, Canal Capital ha incursionado en estas plataformas digitales de diversas maneras, con una estrategia general que ha posicionado sus contenidos dentro de la competencia con otros medios televisivos, radiales y virtuales.

### 2. Cuentas de Canal Capital

Canal Capital cuenta con presencia en:

Facebook: <https://www.facebook.com/CanalCapitalOficial/>

Twitter: <https://twitter.com/CanalCapital>

Instagram: <https://www.instagram.com/canalcapital/>

YouTube: <https://www.youtube.com/user/CanalCapitalBogota?reload=9>

Portal de noticias web (plataforma propia): <https://conexioncapital.co/>



Web Institucional: <https://www.canalcapital.gov.co/>

Cada una de las cuentas tiene sus propias manifestaciones en lo que se refiere a estrategia, impacto y relación con el objetivo general del conglomerado digital del Canal.

### 3. Objetivo General Digital

En un ecosistema digital donde las distintas plataformas están sometidas a modelos de negocios y cambios abruptos e inconsultos de algoritmos, Canal Capital busca fortalecer su propia plataforma digital, el portal web [www.conexioncapital.co](http://www.conexioncapital.co), que solo depende de la lógica de Serch Engine Optimization.

Las demás cuentas de Canal, sirven como vehículos que distribuyen y arrastran audiencias digitales hacia dicha plataforma web. Es así que el tráfico de las redes sociales como Facebook o Twitter, debe privilegiar el envío de público a la página web por encima de otros indicadores, como el crecimiento de audiencia, reproducciones, interacciones o campañas.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Como siguientes objetivos digitales, Canal Capital también busca proveer de cultura ciudadana e información relevante a su audiencia de influencia, es decir, los habitantes de Bogotá y alrededores. Por razón de ello, los principales ejes temáticos de sus contenidos son aquellos que traten temáticas informativas, de cultura y educación, a través de narrativas atractivas que se adapten a todas las plataformas digitales.

#### **4. Consideraciones**

Las plataformas digitales son medios en sí mismos, que buscan caracterizar distintas formas de consumo. Cada una se especializa en sus propios formatos y públicos, lo que ha transformado incluso la manera en la que las personas se relacionan entre sí y con la sociedad.

Por ejemplo, mientras Twitter es una red social que propicia la comunicación rápida y la discusión, Instagram es una red contemplativa de imágenes. Los niveles de sentimientos varían radicalmente entre una y otra red.

Lo anterior implica que cada red social posea su propia estrategia digital, con tiempos, formatos y tonos acordes a sus características.

Cabe anotar que en el portal [conexioncapital.co](http://conexioncapital.co) también está disponible la señal de TV abierta a manera de streaming, además el Canal tiene la posibilidad de generar varias señales de streaming para cubrimientos en paralelo, todas disponibles en un ambiente web.



#### **5. Generalidades sobre uso del lenguaje**

Canal Capital se apega a la Guía de lenguaje claro para servidores públicos de Colombia (Bogotá, 2015) emanada desde el Departamento Nacional de Planeación. En este documento se especifica los lineamientos editoriales generales en cuanto a la configuración sintáctica del lenguaje empleado en el área digital, más precisamente en los numerales 4.3.2 sobre estructura sintáctica de oraciones, 4.3.3 sobre voz activa, 4.3.4 sobre concisión, 4.3.5 sobre léxico, y 4.3.7 sobre estructura de tono formal y tono informal.

Estas especificaciones son aplicadas a todas las publicaciones hechas en las plataformas digitales de Canal Capital, en lo relativo a notas web, copy de pieza, trinos, post, videotextos, títulos, respuestas, llamados a la acción y demás capas de comunicación digital en las que hace parte activa el lenguaje.

#### **6. Generalidades sobre episodios de crisis**

Debido al alto ritmo de publicaciones en plataformas digitales, es común que se pueda incurrir en errores de diversas categorías:

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- A. Errores ortográficos.
- B. Información incorrecta, imprecisa o incompleta.
- C. Información falsa.
- D. Ataques dirigidos mediante campañas de desprestigio.
- E. Hackeos o vulneraciones de seguridad.

Los errores comprendidos en los numerales A, B y C hacen parte de crisis leves. Los errores comprendidos en los numerales D y E hacen parte de los episodios de crisis graves.

En cuanto a los episodios de crisis leves, lo recomendable es enmendar el error con las siguientes acciones: eliminar la publicación equivocada y emitir una nueva con la corrección, sea de orden ortográfico o con el alcance de información adicional. Incluso si la publicación está viralizada y con una alta generación de tráfico digital, debe primar el buen uso de las herramientas y la información.

En cuanto a los episodios graves, estos deben ser resueltos en sus pasos por un comité integrado por las cabezas de áreas afines, quienes tomarán una decisión estratégica de los pasos a seguir para enmendar el episodio. El operador digital debe poner en conocimiento de sus superiores la eventualidad y esperar posteriormente instrucciones del caso.

## 7. Producción de contenidos Transmedia

El punto de partida de la producción transmedia en Canal Capital debe ser la definición de este concepto, para de esta manera tener una base común de trabajo en la institución de aquí en adelante. En el Canal definimos la producción transmedia así: “Es una manera de narrar, donde la historia se expande por varios medios o plataformas, y aunque los contenidos se entienden por sí solos, en conjunto ofrecen una experiencia más rica y completa”.

Dicha narración puede ser en géneros de ficción, como seriados, webseries, o cápsulas de campañas de cultura ciudadana. También puede ser en géneros de no-ficción como documentales, noticias o cubrimiento de eventos. Algunos aspectos para tener en cuenta:

- A. En una narrativa Transmedia, la suma de los medios ES el proyecto narrativo.
- B. Cada medio aporta desde sus fortalezas.
- C. El medio principal se define por proyecto.
- D. La tecnología ha cambiado nuestra forma de narrar.
- E. La audiencia debe de estar involucrada y producir contenido.
- F. La utilización de varios medios aumenta la posibilidad de monetización.
- G. El medio de difusión define o influye en el mensaje. Es una relación de dos vías.

H. Por ende hay que tener en cuenta las características, idiosincrasia y contexto del medio para crear el mensaje.

Los medios disponibles de Canal Capital para la creación de contenidos transmedia son los siguientes (teniendo en cuenta que en cualquier proyecto o necesidad específica se pueden sumar más):

• **Propios:**

- Señal propia
- Redes Sociales
- Página web
- App
- Eventos y presencia





• **Foráneos**

- Redes sociales y página web de aliados
- Pantallas digital signage
- Publicidad digital
- Eventos aliados

**8. Diferencias entre transmedia, crossmedia y multimedia**

Parte de las dificultades de crear proyectos que sean verdaderamente transmedia, es entender las diferentes estrategias de utilización en las distintas plataformas referirse a ella de manera correcta. En este cuadro comparativo podemos entender de mejor manera las diferencias entre cada una:

Transmedia	Crossmedia	Multimedia
Existe en múltiples plataformas.	También existe en múltiples plataformas.	Existe en una sola plataforma.
Contenido diferente y auto conclusivo disponible en varias plataformas.	Exactamente el mismo contenido, pero disponible en múltiples plataformas.	Enriquece la narración con la utilización de varios medios y/o formatos en una misma plataforma.
Puede buscar nuevas audiencias en distintas plataformas para el mismo proyecto.	Busca a sus audiencias en otras plataformas con el mismo contenido. Ej. VOD.	
Cada pieza es producida pensando en la plataforma por la que se va a difundir.		
Expande la historia en cada plataforma con contenido diferente.		

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

## 9. Tipos de transmedia

Teniendo en cuenta la definición previamente establecida, podemos agrupar los contenidos transmedia, o contenidos de expansión en 3 grupos:

### A. Transmedia promocional

1. Contenido que lleva a otros contenidos del proyecto.
2. Debe de ser auto-contenido, es decir tener coherencia por sí solo.
3. Es más eficiente comunicativamente si es un contenido, frente a una promoción.

### B. Transmedia narrativa o estética

1. Expande el contenido desde lo narrativo, creando historia o comunicación adicional en otras plataformas. Ej. Blog, podcast.
2. Expande la experiencia desde lo estético, utilizando distintos formatos en distintas plataformas para comunicar la historia de otra manera. Ej. Galería fotográfica, video 360.
3. Puede apuntar a distintos nichos, o targets con la misma historia.

### C. Transmedia académica

1. Para casos donde hay mucho contenido para un nicho específico que requiere ampliar la información.
2. Proyectos de edu-entretenimiento con mucha información institucional, académica o científica.

Por otra parte, se puede catalogar cada pieza del proyecto transmedia teniendo en cuenta la experiencia que ésta promueva sobre el usuario. Existen 3 tipos de experiencia:

#### 1. Experiencia interactiva

En la que el usuario influencia la narración mediante sus decisiones. Ej. Un juego, una narración con múltiples finales o una encuesta.

#### 2. Experiencia de corrección



En la que el usuario debe generar contenido y aportarlo al proyecto como parte de la narración.

Ej. Un foro, envío de fotos o video

#### 3. Experiencia presencial

En la que el usuario está presente e inclusive puede ser parte de la acción.

Ej. Un concierto o evento, un flashmob, una obra de teatro.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

## 10. Utilización de la señal en vivo y el clíper de ésta a través de las distintas plataformas del Canal.

Canal Capital dispone de varios medios o plataformas de difusión de su mensaje. Al ser un canal de televisión en sus orígenes, es claro que la producción de video prima como formato preferido de comunicación, pero el acompañamiento de dicho producto audiovisual con otros formatos como texto y foto por un lado, y las nuevas maneras de difusión por el otro, permiten crear un ecosistema de comunicación más eficiente y con mejores audiencias.

- A. Señal de televisión abierta y radiada.
  - Lineal, a febrero de 2019 solo una disponible.
- B. Streaming señal abierta.
  - Transmisión de la señal abierta (crossmedia)
  - Código de embebido para distribución del player en páginas web. (Crossmedia / transmedia)
  - Posibilidad de generación de múltiples señales. (Transmedia)
- C. Redes sociales
  - Emisiones puntuales por Facebook Live, Youtube Live, Periscope (crossmedia).
  - Contenido nativo: Imagen, video en vivo, VOD. (Crossmedia y transmedia).
- D. Sitio web / App
  - Espacio multimedia (texto, imagen, video, mapas) (transmedia)
  - Expansión de contenidos para nichos sobre el mismo proyecto. (Transmedia)
  - Organización del universo narrativo de un proyecto. (Transmedia)

## 11. Como contar una historia. El storytelling como herramienta para contenidos digitales exitosos

- A. Los componentes básicos de una historia son los personajes y su contexto. Todo drama es conflicto. Sin conflicto no hay acción. Sin acción no hay personaje. Sin personaje no hay historia... y sin historia no hay guión.
- B. Se debe enganchar a la audiencia con sentimientos, emotividad y sensaciones creando contenidos que generen una sensación de inmersión con la audiencia.
- C. También es muy importante explicar y mostrar porque el contenido genera identificación con la audiencia, cómo la afecta y por qué debería interesarle al usuario.



## 12. Capas de comunicación en Redes Sociales

Tomamos como ejemplo el uso de posteo de una imagen en Facebook que remite a un video, o a una nota web en el portal.





← *Copy Out: Texto que acompaña el post o tweet. Puede tener una URL. Es el lugar idóneo para tener un call to action de viralización*

← *Copy caja: Texto que va fuera del video o post. Sirve para llamar la atención.*

← *Copy in: Mensaje dentro del video o post. Es el contenido en sí mismo.*

## 13. Diferencias entre contenido análogo y digital

Video para TV	Video digital
Presencia de introducción, nudo y desenlace.	Se obvia la introducción, comienza en el nudo o el desenlace.
Permite una introducción larga, que por ejemplo enlaza con el estudio y saluda a la audiencia, da contexto, presenta a los entrevistados, etc.	Debe de enganchar durante los primeros 5 segundos, mantener la atención hasta el segundo 10, momento en el que se comienza a desarrollar la historia.
Presencia de un periodista haciendo in a cámara. (O de voz en off).	Puede no tener periodista en cámara. El periodista es el autor, o el editor de la nota.
Edición clásica, cortes más largos.	Cortes dinámicos, velocidad en la nota y en la entrega de información.
Textos análogos	Textos digitales
Estructura clásica de inicio-nudo-desenlace, es decir, sin inicio explosivo	Es consumido mayoritariamente en pantallas digitales. Esto significa que su disposición debe adaptarse, en términos de longitud y frases, a la pantalla de celular, Tablet o PC.
Sin identificación de palabra clave, la cual es evitada para evitar pleonasmos o redundancias	La palabra clave debe evidenciarse, con densidad y precisión. Esto aumenta el SEO del artículo.
Uso de figuras literarias en el título y lead	Ley de los cinco segundos también aplica, enganche rápido.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Sin transmedialidad, es decir, sin expansión del contenido hacia otros formatos	Extensión media a baja, preferiblemente sintética en construcción y contenido.
	Frases de máximo 20 palabras antes de puntuación de cierre
	La primera transmedialidad posible es la conexión con otros textos relevantes, preferiblemente dentro del portal propio.
	Equilibrio entre texto y recursos multimedia adicionales

#### 14. Redacción análoga vs Redacción transmedia

Teniendo en cuenta el trabajo que se lleva a cabo en el Sistema Informativo de Canal Capital, el principal reto de cambio de cultura de producción consiste en el paso de una redacción análoga, que solo producía información para el noticiero de TV, a una redacción transmedia, que produce contenido para todas las plataformas de distribución, y prioriza con más recursos y tiempo de trabajo, aquellas donde se demuestran mejores audiencias.

La principal diferencia entre una redacción análoga y una digital, es que la primera generaba un contenido para TV, que después era reeditado o adecuado para su publicación digital. Fig. 1. La redacción transmedia, piensa desde el inicio en que los contenidos serán consumidos en múltiples plataformas, y de qué manera se debe expandir dicho contenido a través de ellas.

Figura - La redacción análoga





	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Figura - La redacción transmedia



## 15. Medición de audiencias digitales

Las ausencias digitales de Canal Capital se miden cada vez con más detalle e interés. En este momento, además de la medición de tráfico, analíticas e insights con herramientas como Facebook Insights, Google Analytics, AdSense, y Facebook Creator Studio, los dos últimos para temas de medición de monetización.



Pero más importante tal vez que todo lo anterior es el monitoreo en tiempo real del tráfico de portal y de redes sociales propias y ajenas para estar al tanto con lo que sucede minuto a minuto. Para este fin se utiliza la herramienta paga EZYInsights y la revisión en tiempo real que provee Google Analytics. Estas dos herramientas utilizadas en conjunto permiten maximizar el tráfico hacia el portal y las redes sociales.

## 6.4. Mercadeo y Ventas

### 1. Actividades del área de Mercadeo y Ventas

Esta área está conformada por un Gerente de mercadeo y un Profesional de ventas y mercadeo quienes diseñan estrategias de comercialización que permitan mayor y mejor exposición de marca del Canal y generar nuevas oportunidades de negocio.

El área de ventas y mercadeo se encuentra dentro de las áreas que apoyan el macroproceso misional de Canal Capital cuyo objetivo principal es la comercialización de los productos y servicios de Canal Capital a clientes públicos y privados a través de diversas estrategias de mercadeo, con el fin de posicionar el Canal y generar beneficios económicos y sociales.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

El proceso de comercialización inicia con la definición de las tarifas anuales y la estrategia de ventas, continua con la ejecución de las estrategias de ventas definidas, el seguimiento a clientes actuales y potenciales y finaliza con el seguimiento de la satisfacción por la prestación del servicio.



ACTIVIDADES	
<b>PLANEAR</b>	Definir tarifaria anual. Definición de objetivos presupuestales del Canal. Definición de la estrategia de ventas mensual. Elaboración de un análisis de mercado público y privado. Definición de las herramientas de comunicación que promocionen de los productos y servicios del Canal.
<b>HACER</b>	Actualización de base de datos de clientes actuales y potenciales. Elaboración de propuestas comerciales. Ejecución de estrategias definidas para entidades nacionales, distritales, centrales de medios, agencias de publicidad y privados. Trámite para la suscripción de contratos, convenios interadministrativos, acuerdos de colaboración, alianzas con medios de comunicación y canjes por productos y/o servicios. Elaboración de análisis de audiencias.
<b>VERIFICAR</b>	Seguimiento a clientes actuales y potenciales. Seguimiento a las negociaciones con los clientes. Seguimiento a los trámites internos para el cumplimiento de la negociación. Seguimiento a la satisfacción del servicio prestado. Seguimiento al cumplimiento de metas. Seguimiento a la emisión de pauta. Seguimiento al mapa de riesgos, indicadores de gestión y planes de mejoramiento. Seguimiento a planes comerciales y a emisión de pauta.
<b>ACTUAR</b>	Formulación, implementación y ejecución de acciones preventivas, correctivas y de mejora. Formulación y ejecución de planes de mejoramiento.

## 2. Comercialización y tipos de negociación

La oferta de productos y servicios está soportada en la Resolución de Tarifas 005-2017 y en el Instructivo y Glosario de Ventas y Mercadeo. Si se requiere un servicio adicional o diferente a los incluidos en esta Resolución se envía al área de Nuevos Negocios o, en algunos casos, se hace un estudio de mercado para determinar el valor de este ítem.

### A. Canales de venta

El área de mercadeo está en cabeza de la Gerente de mercadeo y ella es la encargada de atender solicitudes de clientes externos, buscar nuevos clientes y diseñar estrategias de marca del Canal.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

El área de ventas se encuentra comprendida por el Profesional de ventas y mercadeo y una persona de apoyo de ventas y mercadeo. Esta área se encarga principalmente de las ventas para clientes del sector público y las solicitudes de sector privado que se refieran a clientes de sector público como es el caso de agencias de publicidad y centrales de medios que hagan ordenaciones a nombre de un cliente de sector público.

Las solicitudes de clientes de sector privado se canalizan a través del equipo comercial de clientes privados conformado por dos (2) ejecutivos comerciales. En este caso estos ejecutivos ofrecen el portafolio de productos y servicios de Canal Capital tanto a cliente directo y algunas agencias de publicidad/centrales de medios.

Adicionalmente, como canal de venta que gestiona los productos y servicios del Canal, se cuenta con el apoyo de una empresa comercializadora, que cuenta con experiencia comprobada en la comercialización de programas de 30 minutos y adelanta además realiza labores de comercialización en agencias de publicidad y centrales de medios.

Otro de los canales de venta del Canal es el área de Nuevos Negocios que definió el proceso de comercialización de esa área en este Manual (Ver sección OTRAS ÁREAS DEL CANAL - NUEVOS NEGOCIOS).



#### B. Acuerdos de reciprocidad comercial o canjes

Consiste en el intercambio de productos y/o servicios entre las partes interesadas para beneficio mutuo. Canal Capital, bajo este mecanismo, puede suplir algunas necesidades que contribuyen con el normal desarrollo de sus actividades, en cumplimiento de su objeto social. Los acuerdos de reciprocidad comercial o canjes realizados por Canal Capital deben tener la prioridad designada por la Dirección Operativa, los cuales pueden ser:

##### 1. Canjes por productos y/o servicios

Esta práctica comercial aplica para cualquier tipo de productos y/o servicios que Canal Capital pueda intercambiar con el cliente-proveedor, siempre y cuando no supere el monto presupuestal aprobado en cada vigencia, tanto en el ingreso como en el gasto correspondiente. De otra parte, esta operación se genera sin situación de fondos.

Esta negociación debe obrar por escrito mediante Acuerdo de Canje debidamente firmado por las partes; debe estar respaldado previamente con el Certificado de Disponibilidad Presupuestal suscrito por el responsable del Presupuesto de Canal Capital y debe contar con el Registro Presupuestal correspondiente para su inicio y ejecución.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Cuando Canal Capital reciba productos como contraprestación establecida en el Acuerdo, debe generarse el ingreso de los mismos en el área de Servicios Administrativos previa suscripción del acta de recibo de productos a satisfacción. En el caso de servicios, debe generarse un acta de recibo de servicios a satisfacción suscrita por las partes. Para legalizar esta operación, se debe expedir y radicar mutuamente las facturas correspondientes y se debe liquidar y pagar las retenciones tributarias a que haya lugar.

Es importante manifestar al cliente-proveedor que las retenciones efectuadas son de carácter obligatorio. En todo caso, el área de Ventas y Mercadeo de Canal Capital debe solicitar a la Subdirección Financiera del Canal, con antelación a la suscripción del Acuerdo, la información tributaria correspondiente, según cada negociación, presentando los documentos respectivos para la consulta.

### 2. Acuerdos de Colaboración

Esta figura se presenta únicamente cuando los productos objeto de la contra prestación son entregados a Canal Capital en carácter de préstamo y/o cuando se requieran servicios (excepto servicios de alimentos). Canal Capital como retribución, emitirá cortesías o agradecimientos al cierre de los programas o franjas informativas según acuerdo entre las partes. Esta cortesía se maneja con créditos de la marca o marcas que prestan el servicio, en generador de caracteres con su nombre, dirección y teléfono, con el logo de la empresa. Estos compromisos deben quedar por escrito en un documento firmado por ambas partes como Acuerdo de Colaboración. No requiere Certificación de Disponibilidad Presupuestal, ni facturación entre las partes. Al finalizar el cumplimiento de los compromisos debe obrar una certificación de cumplimiento a satisfacción.



### 3. Canje de medios

Alianza con medios de comunicación: Este medio de intercambio comercial facilita a las empresas a ampliar sus grupos de divulgación llegando a su público objetivo, ampliando así el alcance de las campañas publicitarias que se realicen.

Esta actividad debe obrar por escrito mediante Alianza con medios de comunicación suscrita por las partes interesadas. Aplica para intercambio de servicios publicitarios con otros medios de comunicación. No se generará Certificado de Disponibilidad Presupuestal y no requiere facturación entre las partes; así mismo debe obrar un documento que certifique que las partes cumplieron satisfactoriamente con los compromisos previamente pactados.

### 4. Carta de invitación

Como su nombre lo indica, esta modalidad se da cuando el Canal recibe la Carta de invitación del Organizador del evento en la que lo invita a participar en una alianza.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

En el Canal, el área de mercadeo verifica las características del evento, su potencial de audiencia, contenido afín con los objetivos del Canal y capacidad técnica para realizar la transmisión; una vez confirma su viabilidad, lo comunica a la Gerencia donde se toma la decisión final de aceptar o no la invitación.



### 3. Relación del área de Mercadeo y Ventas con el área de Producción

La Profesional de ventas y mercadeo tiene que estar en contacto con el área de producción para:

- A. Elaborar las cotizaciones de los servicios requeridos por entidades públicas y privadas. En este caso se debe validar el planteamiento de las cotizaciones que impliquen servicios y/o recursos para preproducción, producción y postproducción, verificando la disponibilidad de la capacidad instalada proyectada en dicha cotización.
- B. Verificar y solicitar los documentos y requisitos exigidos por el Canal o por los clientes para la suscripción de los contratos, convenios, acuerdos de colaboración y alianzas de producción y/o comercialización ante entidades públicas y privadas. Hacer seguimiento de las necesidades de producción para que el personal asignado pueda avanzar con el desarrollo de un proyecto determinado: contrato, documentación, órdenes de servicio, oferta comercial, entre otros.
- C. Coordinar con programación y producción la inclusión en los programas y transmisiones todas las piezas comerciales, producto de una orden de pauta y/o negociaciones de canje. Hacer una entrega de piezas comerciales y plan de medios al equipo de producción de tener un compromiso comercial con un cliente con salida de pauta en el marco de una transmisión.
- D. Elaborar las solicitudes de facturación requeridas por las áreas respectivas, tanto de pauta comercial, como de eventos y contratos celebrados por el Canal. Con respecto al área de producción se debe apoyar con las solicitudes de facturación que se requieran de acuerdo a las condiciones contractuales o de negociación de un cliente.
- E. Verificar que los elementos de marca estén expuestos de forma apropiada en los eventos en los que participa el Canal.

## 6.5. Prensa

En el área de prensa y comunicaciones de Canal Capital desarrolla y fomenta los canales de comunicación, tanto externos como internos. Se coordina la divulgación de las actividades oficiales de Canal Capital, las relaciones entre Canal Capital, las diferentes entidades distritales y los medios de comunicación.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Se maneja la comunicación interna de la entidad seleccionando la información de interés para y darla a conocer a todos los colaboradores.



#### **A. Protocolos de comunicaciones internas**

1. Sólo la coordinación de prensa y comunicaciones puede elaborar los contenidos del boletín virtual.
2. Las únicas áreas autorizadas para hacer envíos de información masivos por el correo interno de la entidad son la Gerencia, la Secretaría General y la coordinación de prensa y comunicaciones.
3. Todas las áreas deben hacer llegar la información que deseen divulgar al área de comunicaciones para que sea esta la que la publique, utilizando él o los medios de comunicación internos que crea conveniente.
4. Prensa y comunicaciones tendrá en cuenta las sugerencias, ideas, críticas constructivas y demás, que los miembros del Canal hagan en relación con las comunicaciones internas. Dichos comentarios se recibirán a través del correo electrónico de esta área: [comunicacionesinternas@canalcapital.gov.co](mailto:comunicacionesinternas@canalcapital.gov.co)
5. Las puertas de la coordinación de prensa y comunicaciones estarán siempre abiertas para recibir ideas y sugerencias que nos permitan mejorar las comunicaciones del Canal y lograr los objetivos y las metas trazadas.

#### **B. Protocolos de comunicaciones externas**

1. Todos los temas que requieran de difusión en medios masivos de comunicación deben pasar por prensa y comunicaciones.
2. Sólo el área de prensa y comunicaciones puede emitir boletines o comunicados de prensa.
3. Sólo el área de prensa y comunicaciones puede citar a ruedas de prensa o eventos relacionados con periodistas y medios masivos de comunicación que tengan como fin dar a conocer aspectos del Canal.
4. Ninguna persona distinta al jefe de prensa de Canal Capital puede divulgar información de prensa del Canal.



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	



5. Si alguna persona es contactada directamente por algún medio de comunicación para dar declaraciones o entrevistas sobre temas que tengan que ver con Canal Capital, se informará a la oficina de prensa del Canal.

### **C. Protocolos para el manejo de la imagen de Canal Capital**

1. Solamente el área de graficación de Canal Capital puede manipular los logos y la imagen del Canal.
2. El diseño de los cabezotes y logos de todos los programas de Canal Capital están a cargo de graficación del Canal.
3. Los banners y demás piezas gráficas que se publiquen en la página web, intranet, boletines externos y boletines virtuales deben tener unidad gráfica y visual y deben respetar la imagen del Canal.
4. Las piezas comunicativas externas deben conservar la unidad gráfica y visual del Canal: pendones, afiches, volantes, vallas, eucoles, entre otros.
5. Cuando Canal Capital realice transmisiones especiales de eventos como festivales al parque (Rock al Parque, Hip Hop al Parque, Salsa al Parque y Festival de Verano de Bogotá) se velará para que el logo y el nombre del Canal sean tenidos en cuenta en las piezas comunicativas de los organizadores de dichos eventos.
6. En el caso de transmisiones enlazadas con la red de canales regionales también se velará por la inclusión de nuestro logo.

### **D. Protocolos para el manejo de contenidos en la página web**

1. Sólo el área de prensa y comunicaciones y el web máster del Canal pueden redactar, modificar y agregar contenidos a la página web del Canal.
2. Todos los directores, productores y/o realizadores de los programas de Canal Capital deben enviar a prensa y comunicaciones y al web máster los contenidos que quieren ver publicados en la página.
3. El área de prensa y comunicaciones y el web máster podrán solicitar a los directores o productores de los programas la información necesaria para la actualización de la página.
4. En la página se darán los correos electrónicos y contactos de la Oficina de atención al ciudadano, para que los televidentes se puedan comunicar.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

5. Es de común conocimiento que la comunicación entre ambas partes es vital para el buen funcionamiento de la página, pues al ser responsabilidad de las dos partes esta deberá mantener y gestionar momentos y/o reuniones periódicas, personales o grupales donde se dé conocimiento del estado de la página de cada programa y de la disposición y contenido con el que los programas puedan aportar para mejorar.

#### **E. Manual de Estilo**

Este Manual parte del principio que informar es un servicio público y la información es un bien común. Lo nutre el convencimiento que, en el ejercicio profesional del periodismo, la técnica y la ética son inseparables. La gran responsabilidad de quien informa al público está en la manera de divulgar cada hecho y en los efectos positivos o negativos de la información sobre el bienestar de la gente.

Informar es ayudar a conocer y a entender. “Hay un reclamo público por la verdad como primer elemento de supervivencia de la sociedad. La verdad es el objetivo y la libertad es la herramienta. Por eso el periodismo debe ser una profesión exclusiva de hombres libres”.



Esa condición hace que el periodista esté obligado a mantener un nivel ético más alto que el promedio. Esto implica de modo especial al periodista de televisión, medio masivo por excelencia y con un alto poder de influencia sobre el público.

Con ese convencimiento, Canal Capital establece su propio Decálogo de Principios Rectores, por los cuales se compromete a trabajar en forma veraz, exacta, imparcial, independiente, responsable, prudente y plural, a respetar la intimidad y a mantener una alta calidad a través de la estética y la sana competencia.

Para desarrollar estos principios y garantizar con ellos el derecho del público a la información de la verdad, Canal Capital, asume por la vía de la concertación y la autorregulación el presente Manual de estilo, como herramienta para todos y todas los y las que de una u otra manera participe de la actividad misional de Canal Capital que se emitan a través del Canal Regional de Televisión.

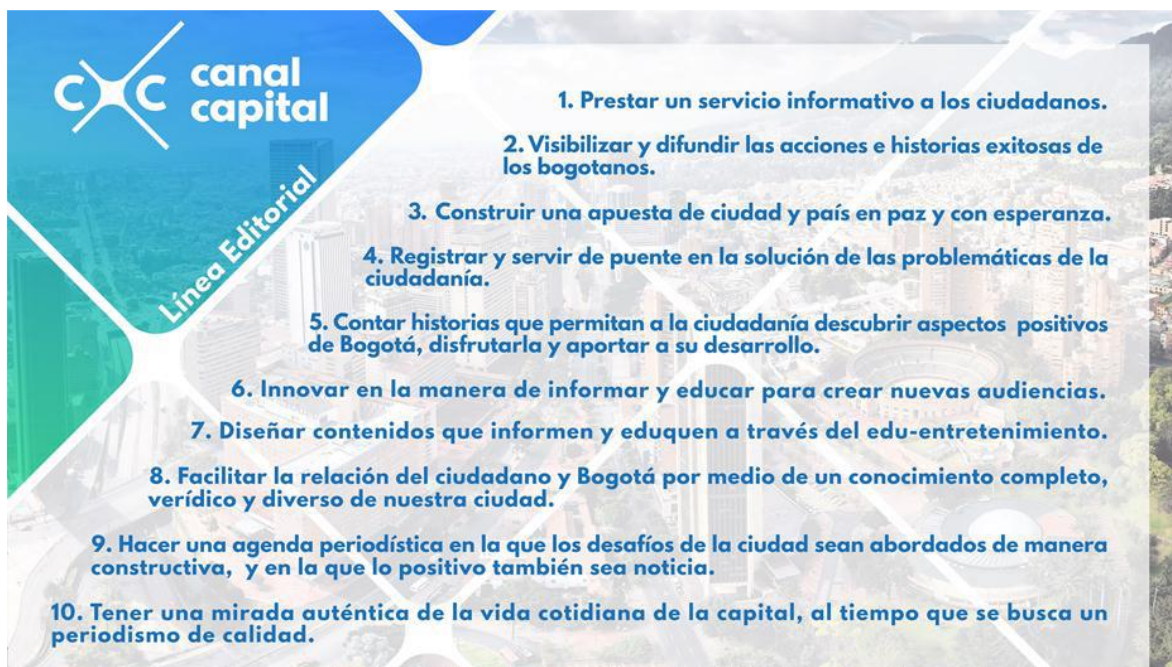
Este Manual se compone del Decálogo de Principios Rectores y de un conjunto de Reglas de Estilo que se refieren a criterios y recomendaciones generales de ética y técnica, relativas al trabajo informativo en televisión.

Este Manual será actualizado cuando las partes lo consideren necesario. Tendrán copia del mismo el personal directivo y misional de Canal Capital quienes velarán por su efectiva aplicación.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

Así mismo, el Manual de estilo de Canal Capital, será puesto a disposición del público, para que los usuarios actúen como veedores, y sean ellos quienes hagan el control de calidad de la información a que tienen derecho.

## Principios



### 1. Decálogo



#### A. Veracidad.

El compromiso de los colaboradores en Canal Capital será con la verdad, puesto que se informará de hechos reales. En la verdad está cifrada la calidad de la información como producto y para ello se tendrá una permanente actitud de investigar. El mejor periodismo siempre investiga.

#### B. Exactitud.

La información sobre hechos reales debe ser exacta. El periodista deberá confirmar y cotejar la información proveniente de sus distintas fuentes. La exactitud implica el uso de un lenguaje preciso, universal y objetivo, teniendo en cuenta que nuestro idioma es el castellano.

#### C. Imparcialidad.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

La presentación de las noticias evitará tomar partido. La información se debe al bien común y al bienestar de la comunidad. El periodista tratará con igualdad a todas las personas involucradas en la información, y procurará que quienes se vean afectados tengan la oportunidad de expresar su posición. Evitará calificar o condenar a las personas, sin antes haber sido sometidas a un proceso legal. Aunque por filosofía es un fiscalizador social, el periodista no es un juez.

#### D. Independencia.

Los directores de los noticieros actuarán con independencia y, a su vez, garantizarán la independencia de sus colaboradores. La libertad es la herramienta para llegar a la verdad. En lo esencial, consiste en no depender de ninguna fuente, de ningún poder y de ningún interés en particular. Los colaboradores se deben al televidente, no a los funcionarios públicos de turno, ni a los partidos políticos, ni a los intereses particulares de las empresas contratistas. Los directores de los noticieros tendrán total autonomía en el manejo técnico, definición de la agenda informativa y orientación de los tratamientos noticiosos. La autonomía de los directores conlleva, en el mismo sentido, el respeto profesional hacia el trabajo de su equipo periodístico.



#### E. Responsabilidad social.

Los directores de los noticieros y su personal a cargo responderán por toda la información que publiquen sus noticieros. Tal responsabilidad la adquieren ante el público y ante las normas legales en virtud de su libertad e independencia. En especial, velarán por el cumplimiento del derecho de rectificación, cuando sea procedente.

El periodismo es una función social que implica responsabilidades de parte de los medios y de los periodistas. “Los medios son libres y tienen responsabilidad social”, dice el artículo 20 de la Constitución Nacional. La libertad de información es una libertad responsable, cuyas fronteras son los derechos fundamentales de las personas, el bien común, la veracidad e imparcialidad, la responsabilidad civil y la responsabilidad penal que surgen, para informadores y empresas informativas, del desarrollo legal de la norma constitucional. La Corte Constitucional, en Sentencia de junio 17 de 1992 (C.0333), expresa: “Se observa en este artículo 20 superior que la libertad de información se constituye en un derecho fundamental cuyo ejercicio goza de protección jurídica y a la vez implica obligaciones y responsabilidades. Es pues un derecho-deber, esto es, un derecho no absoluto, sino que tiene carga que condiciona su realización”.

#### F. Prudencia.

La elaboración de la información evitará la tendencia al sensacionalismo, a las imprecisiones, supuestos rumores. Si una noticia por sí misma levanta escándalo en la comunidad, ésta será tratada con moderación y ecuanimidad. Así mismo, la información

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

en Canal Capital cuidará con esmero la dignidad de las personas. Procurará abstenerse de usar imágenes y palabras que degraden al ser humano. Se advertirá con franqueza y claridad cuando una nota deba contener escenas de violencia, sexo u otras que puedan ofender. El cubrimiento de hechos traumáticos evitará provocar angustias innecesarias.

#### G. Pluralidad.

Los colaboradores tendrán en cuenta que la información está destinada a una comunidad heterogénea asentada en las distintas zonas geográficas del Distrito Capital y su área metropolitana, no sólo a su capital ni a un determinado sector de la sociedad. Inclusive llega a algunas áreas de los Departamentos vecinos y, por satélite, a toda Colombia y otros países. En consecuencia, el cubrimiento de la información estará abierto a todas las formas de pensar, buscará reflejar distintos temas, intereses y opiniones, y tratará los diferentes puntos de vista de manera equilibrada.

#### H. Respeto a la intimidad.

La vida privada es sagrada. Se tendrá especial cuidado con informaciones que puedan violentar la intimidad de las personas. Cuando se trate de asuntos de indiscutible interés general en que sea indispensable la divulgación de aspectos de la vida privada de alguien, esta información se evaluará rigurosamente y se presentará con tacto y respeto debidos.

#### I. Estética y buen gusto.



Se evitará la exageración y la ramplonería en los tratamientos noticiosos. Se trabajará con cuidado y delicadeza. Sin desvirtuar la realidad en la información, se preferirá lo bello, limpio y agradable en las diversas formas del lenguaje hablado y visual.

#### J. Sana competencia.

Los principales activos de los noticieros en la conquista de la audiencia lo constituyen la credibilidad y la calidad. La competencia será un estímulo a la creatividad y no al uso de estrategias indebidas para la obtención y divulgación de la información. El aumento de los índices de audiencia no justifica en ningún caso el desconocimiento de la ética y la responsabilidad de los colaboradores. Se competirá siempre por informar mejor, más que por informar primero.

## 2. Generales



El periodista de los noticieros de Canal Capital:

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- A. Será versátil en el manejo de temas. Tendrá amplia formación cultural. Se mantendrá actualizado. Tendrá la disposición a consultar los manuales de estilo y los diccionarios cada vez que lo vea necesario.
- B. Informará de los hechos; evitará las opiniones personales sobre ellos.
- C. Usará calificativos sobre los hechos si lo considera necesario. En televisión, con la elocuencia de las imágenes muchas veces basta.
- D. Procurará interpretar, evitará juzgar. Si hace deducciones para interpretar, se asegurará de que éstas correspondan a la realidad.
- E. Tendrá presente que es responsable de haber elaborado una noticia, aunque le atribuya la información a una o a varias fuentes.
- F. Verificará que su información contenga todo lo que el público tiene derecho a saber.
- G. En asuntos judiciales, tendrá especial cuidado con los calificativos que pueda usar para quienes no hayan sido sometidos a las instancias legales.
- H. Estará dispuesto a atender a la comunidad y a toda persona que tenga algo de interés público. Verificará y evaluará la importancia que pueda tener la información y, de acuerdo con eso, se reservará el derecho de publicar o no. En todo caso, tendrá una actitud de permanente relación con la comunidad.
- I. Será ecuánime en toda información sobre credos religiosos distintos al suyo. Se abstendrá de usar el medio para ridiculizar rituales o desvirtuar doctrinas.
- J. Hará lo posible para que los encuentros deportivos, principalmente de fútbol, no sean esperados por el público como batallas. Evitará expresiones como “Junior tendrá que ganar como dé lugar”, “Guerra de rojos hoy en el Pascual Guerrero”, “Nacional esta tarde saldrá con toda su artillería”, etc... Deberá tener en cuenta que, en circunstancias de tensión, las aficiones podrían llevar expresiones de estas a situaciones extradeportivas, como agresiones o desórdenes.
- K. Respetará los derechos de propiedad intelectual. En particular, evitará copiar informaciones aparecidas en otros medios. Sacará de ellas algunos datos si lo considera necesario y dará el crédito pertinente. Cuando use imágenes de video ajenas, o copiadas de otros canales o cadenas, acatará las normas jurídicas vigentes en esta materia, salvo la previa autorización del dueño de las imágenes originales.
- L. Dará preeminencia a la información regional sin dejar de ser universal.

### **3. Fuentes. Investigación. Seguimiento**

- A. Será siempre independiente frente a la fuente, cualquiera que ésta sea y cualquiera que sea la información que suministre. Hará resaltar esa independencia frente al poder político.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	



- B. Buscará varias fuentes para presentar informaciones que puedan generar efectos negativos, salvo en los casos en que sea testigo presencial de los hechos y pueda demostrarlo.
- C. Verificará, corroborará y ampliará siempre la información de todas sus fuentes.
- D. No pondrá como pretexto la falta de tiempo para investigar.
- E. Hará seguimiento a las informaciones que maneja. Sabe que muchas de las noticias no mueren con la primera emisión, que tienen efectos y que seguir tras ellos hace parte de la responsabilidad periodística y del derecho a la información que tiene el público.

#### **4. Brevedad. Sencillez. Universalidad.**

- A. Dirá frases cortas, será conciso y concreto. Omitirá adornos. Dirá las cosas completas.
- B. Utilizará palabras comunes y sencillas. Recordará que tiene que llegar a un público heterogéneo y que el único punto universal para hacerlo es la sencillez.
- C. Repetirá una idea sólo cuando considere que es necesario, como en casos en los que es preciso que alguno o algunos datos queden suficientemente claros.
- D. En informaciones de economía y negocios, ciencia y tecnología, hará sencillo el vocabulario especializado. Recordará que los porcentajes y los decimales, por ejemplo, no son fácilmente asimilables en televisión.

#### **5. Sustentación. Verificación. Seguridad.**

- A. Tendrá presente que su trabajo no es el de adivinar. Dato sin confirmar, se abstendrá de darlo. En casos extremos y justificados, si carece de una fuente para apoyarse, dará a conocer al público sus propias dudas.
- B. Evaluará cuidadosamente toda información que pretenda presentarse bajo el rótulo de confidencial. Sabe que, por definición, lo confidencial es secreto y delicado, y en materia de información al público muchas veces toca con lo legal, y en especial con el derecho a la intimidad. Evitará hacer espectáculo con los llamados confidentiales.
- C. Verificará todo tipo de cifras. Cuidará que los nombres de las personas y sus cargos aparezcan con toda exactitud, lo mismo que los nombres de instituciones. Consultará en mapas y en planos los datos geográficos.
- D. Se abstendrá de rumores. Evitará usar expresiones como: se dice, se rumora, se informó en fuentes allegadas a, trascendió, círculos bien informados, fuentes

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

fidedignas, etc. Sabe que cualquier expresión de estas puede amparar una mentira, disfrazar la falta de fuentes y generar confusión y desinformación.

- E. Usará el término supuesto o presunto para quienes aparezcan implicados en delitos y aún no han sido sometidos a procesos penales legales. Recordará que nuestra legislación consagra la presunción de inocencia.



## 6. Rectificación. Protección

- A. Hará rectificaciones cuando quienes lo piden o exigen, tienen la razón. Procurará hacerlas en la próxima emisión del noticiero, y les dará un espacio y tiempo necesarios y adecuados para corregir la información errónea.
- B. Evaluará, antes de publicarlas, las noticias sobre amenazas. Éstas pueden crear pánicos innecesarios y perjudiciales. Aunque un criterio para sacarlas a la luz pública puede ser, según las circunstancias, el de que si se omite la información, ello podría acarrear peligro sobre la comunidad.
- C. En noticias relativas al delito de secuestro, se podrá reservar la divulgación de la suma que se pide por la persona secuestrada, si considera que ello implica algún peligro para ella o su familia, o que con tal información puede legitimar la “rentabilidad” de este delito.
- D. Se reservará las identidades de menores de edad señalados como culpables o como actores de delitos. También las de personas víctimas de acceso carnal violento salvo que lo autorice expresamente el afectado o afectada.
- E. En la información de farándula evitará los chismes. Sabe que con este manejo es fácil incurrir en violación de la intimidad y caer en la difamación, el morbo, el sensacionalismo y el irrespeto. Informará de farándula con sobriedad, sin ánimo de escándalo.

## 7. Libertad. Transparencia. Servicio.

- A. No será de juntas, corporaciones o entidades públicas o privadas que sean sus fuentes directas o que puedan convertirse en ellas.
- B. Se debe al televidente. En consecuencia, se abstendrá de informar por amistad o compromiso con la fuente.
- C. En el caso de una información de interés público suministrada por una fuente que pide no publicarla, podrá hacer caso omiso de tal petición si obtiene honestamente la misma información por otros medios.





	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- D. Si informa sobre críticas a alguien, le dará a esa persona la oportunidad de defensa, sin importar que él como periodista, crea que las críticas se fundamentan en lo cierto.
- E. Evaluará siempre toda información de gran interés público que haya sido publicada antes por otro u otros medios. Si la información es de trascendencia, está convencido de que siempre habrá una manera diferente de presentarla aunque otro medio la haya divulgado.
- F. Tendrá presente que su papel no es el de rectificar a otros medios de comunicación. Cada quien aclarará las informaciones dudosas que haya publicado, o rectificará los hechos que no correspondan a la realidad.

## 8. En Video



- A. Sabe que al noticiero de televisión el público lo busca para ver la noticia. Es decir, se esforzará por no hacer ruido en televisión y evitará que las palabras repitan lo que las imágenes por sí mismas están contando.
- B. Conoce ampliamente el lenguaje de la imagen. Siempre tendrá una razón clara para usar planos y movimientos determinados. Utilizará las imágenes para contar historias, más que para “tapar” notas.
- C. Le dará tanta importancia al sonido como a la imagen. Cada imagen tiene un sonido propio que hace parte de la noticia o de la historia que se está contando.
- D. Escogerá las imágenes por el mérito informativo que ellas tienen. En esta materia, ignorará su interés personal, lo mismo que las presiones políticas o comerciales.
- E. Evitará, en lo posible, no falsear imágenes, usará las que corresponden a los hechos que está contando.
- F. Marcará como de archivo especialmente las imágenes de hechos de orden público ya sucedidos, y de atentados, secuestros, operativos y personas en cárceles y en hospitales grabadas en días pasados.
- G. Si usa dramatizados para ilustrar informaciones de las que no se tienen imágenes, principalmente de orden público, hará aparecer la palabra “dramatizado”.
- H. Evitará usar primeros planos de personas para el tratamiento de temas alusivos a enfermedades graves como el SIDA, cáncer, venéreas. Lo mismo para temas como la locura, la farmacodependencia, el alcoholismo, y las diversas formas de delincuencia.
- I. Estará atento para no incurrir en apología del delito cuando con el propósito de prevenir, dramatiza o usar imágenes reales de comisión material de delitos. En lo posible, se abstendrá de publicar imágenes de violencia entre la familia, de violaciones y de pornografía. La pornografía se entiende aquí como la degradación visual del sexo.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

- J. Se cuidará de mostrar rostros de retenidos cuando existan dudas sobre los procedimientos seguidos para su retención y advertirá de ello en su información. Publicará rostros cuando esté completamente seguro de que son personas culpables y de gran peligro para la comunidad, indicando la autoridad que así lo afirma.
- K. Evitará el morbo con imágenes de cadáveres en matanzas o accidentes, escenas desagradables de sangre y todas aquellas otras imágenes que degraden la dignidad humana. Respetará el dolor y la enfermedad.
- L. Hará lo posible por no utilizar la sección de “Titulares” como vitrina de sensacionalismo. Titulará con vigor, pero con sobriedad. No exagerará ni prometerá’ ampliaciones que no tendrá tiempo de hacer o que no existen.
- M. Evitará sacar al aire material visual de baja calidad, salvo en circunstancias únicas en las que se impone la trascendencia de la noticia. Marcará con generador de caracteres los videos no profesionales. Preferirá no abusar de los “extras”, tanto en el inicio como durante el desarrollo del noticiero. Procurará que un “extra” tenga realmente ese mérito.
- N. Se abstendrá de los falsos directos. Por esencia, los falsos: directos desvirtúan el principio de la veracidad. No ocurre esto con pregrabados muy recientes, en particular cuando: el reportero aún se encuentra en el lugar del evento. En ese caso es válido decir, por ejemplo: ¿Renuncia o se queda el: gobernador de C/marca? Vamos a la Gobernación, donde se encuentra el periodista.
- O. En lo posible, evitará exagerar con el término “exclusivo” cuando tiene una primicia. Sabe que lo exclusivo es evidente y no hay necesidad de recalcarlo.
- P. Tendrá en cuenta que no hay buenos ni malos temas, sino buenos y malos tratamientos del tema. No renunciará a la, posibilidad de mantener sanamente el interés del televidente. Cree en que lo espectacular no es necesariamente distractor y que se puede, y debe, hacer espectáculo formador.

## 9. Protagonismo. Aparición en cámara

- A. Aunque las apariciones de los reporteros en cámara obedecen al estilo y dirección de cada informativo, tendrá siempre en cuenta que el reportero no es el protagonista de la nota informativa; lo es el hecho noticioso o la persona que es noticia. Sin embargo, en muchos momentos es conveniente, o muy necesario, que el periodista aparezca. Además, son justas las apariciones del reportero en casos en los que se destacan su profesionalismo, habilidad y creatividad.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- B. Procurará siempre estar bien presentado, aunque no vaya a aparecer en cámara y de acuerdo con las circunstancias de los hechos. Sabe que la buena presentación le conviene a él o ella, a la empresa que representa y al gremio.



## 10. Presentación en Set

- A. Proyectará una imagen de seguridad y buscará ser claro, directo y agradable. Vestirá formalmente, salvo en situaciones especiales fuera de estudio.
- B. Tratará de resolver con naturalidad y precisión cualquier situación o información de última hora. Recordará que es fundamental no generar confusión con informaciones a medias.
- C. Evitará el sensacionalismo con el manejo de la voz; tratará de darle los matices adecuados a las informaciones dramáticas o de gran conmoción, y procurará no hacer dramático lo que no lo es.
- D. Recordará que no debe publicar entrevistas a menores de edad implicados en hechos delictivos.
- E. Protegerá en el video a aquellos testigos cuya aparición pueda acarrearles peligro para su integridad.
- F. Al momento de editar una entrevista, buscará las partes de ésta que enriquecen, complementan, refuerzan, aclaran y legitiman la información. Evitará que el entrevistado aparezca diciendo, por arte de edición, lo que realmente no quiso decir. Se esmerará porque las partes editadas no transmitan información a medias ni den lugar a interpretaciones erróneas.
- G. Se referirá con sus profesiones, cargos u oficios a los personajes que cite o entreviste. Conservará los nombres de los rangos militares y policiales y los de las jerarquías eclesiásticas.
- H. Evitará publicar entrevistas a personas embriagadas o bajo los efectos de drogas alucinógenas.
- I. Respetará la ingenuidad o ignorancia de personas que puedan aparecer en cámara haciendo el ridículo, salvo en contextos especiales como notas “curiosas o cómicas”, el día de inocentes, etc. Aún en esos casos, cuidará de no degradar la dignidad de las personas. Hará presentaciones que, aunque curiosas o jocosas, sean respetuosas.

## 11. Formatos

### A. La Noticia:



Es la narración objetiva, veraz, completa y oportuna de un acontecimiento de interés general que es reconstruido minuciosamente, tal como sucedió en la realidad, para que el televidente lo conozca como si hubiera estado presente.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

En su tratamiento deben tenerse en cuenta los siguientes elementos, que de acuerdo con este Manual de Estilo, son de obligatorio cumplimiento:

- a) Excluye cualquier opinión personal del periodista y sólo se permiten las de terceras personas en relación con el asunto que se narra, siempre que sean pertinentes y contribuyan de alguna manera a que el televidente adquiera una idea más completa de lo acontecido.
- b) El periodista transmitirá únicamente hechos comprobables.
- c) El periodista podrá hacer el relato en primera persona, sólo en casos en que el director del noticiero lo autorice expresamente, si ha sido testigo presencial o protagonista del mismo.
- d) El periodista debe dudar siempre de la solidez de los datos que se le suministran, examinar las eventuales contradicciones entre las diversas versiones que se le presentan y cuestionar en todo momento sus propios prejuicios en relación con el tema.
- e) Es obligación del periodista obtener la mayor cantidad posible de versiones sobre el acontecimiento del cual informa, con el objeto de contrastarlas y contextualizar los hechos.
- f) Los elementos más importantes para definir el valor de una noticia son los siguientes:

1. **Novedad:** un acontecimiento inédito es por lo general más importante que uno ya conocido.
2. **Improbabilidad:** El hecho más improbable tiene mayor importancia que un acontecimiento esperado.
3. **Interés:** mientras más personas puedan ser afectadas por la noticia, más importancia tendrá ésta.
4. **Proximidad en tiempo y espacio:** El acontecimiento de mayor importancia es el que se produce hoy y aquí. En la medida en que el hecho se aleja del televidente geográfica o temporalmente, va perdiendo su importancia
5. **Atractivo:** mientras mayor sea la curiosidad que el acontecimiento pueda despertar, éste tendrá mayor importancia a los ojos del televidente.
6. **Empatía:** en cuanto mayor sea el número de televidentes que se pueden identificar con los protagonistas de la noticia o con sus situaciones, más aumentará su valor periodístico.
7. **Los rumores no son noticia.** Por lo tanto, en los noticieros que produzca y emita Canal Capital no podrán propagarse rumores de ningún tipo ni en ninguna de sus secciones, porque ello atenta contra el criterio de credibilidad que constituyen el espíritu del Canal Regional como medio de comunicación y porque ello atenta contra el derecho del ciudadano de ser informado con veracidad.
8. Si una información de importancia aparece antes en otro medio, ello no será motivo para dejar de publicarlas o negarles la valoración que merecen. Ello incluye imágenes en vídeo y fotografías.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

9. Cuando decida tomar una noticia de otro medio, el periodista debe procurar confirmarla con sus propias fuentes y adicionar detalles desconocidos que se puedan obtener de dichas fuentes. Si por razones de tiempo o ausencia de otras fuentes decide darle una nueva redacción a la noticia registrada en otro medio, se deben citar claramente el autor, si aparece, y el del medio en que se publicó originalmente.

10. Las frías imágenes de las personas que asisten a un acto raramente interesante, salvo que sean significativas en un caso concreto para agregar información básica para el televidente.

11. Antes de emprender la redacción y edición de una información, el periodista acordará con el director del noticiero o su jefe de redacción, el enfoque que le dará al hecho y de cuánto espacio de tiempo dispone.



12. La extensión de las informaciones depende de su importancia intrínseca. Debe tomarse en cuenta que el televidente rechaza instintivamente informes largos, pero requiere conocer todos los elementos que permiten entregar completa la información. Cuando todos los datos que deba conocer el televidente no quepan en una sola información, deben tomarse separadamente aspectos claramente diferenciables del mismo acontecimiento y hacer de cada uno de ellos una nota aparte.

13. Cuando en un relato resulte imprescindible sustituir el nombre de una persona por otro ficticio, se deberá dejar constancia expresa en la información, para que el televidente no se llame a engaño.

14. Las dificultades que haya tenido el periodista para obtener una información no interesan al televidente y no deben mencionarse, a no ser que hayan sido excepcionales o constituyan de por sí noticia aparte, en cuyo caso la decisión de darlas a conocer le corresponderá al director del noticiero.

#### B. La Crónica.

Es la historia que desarrolla el aspecto secundario de un acontecimiento importante, que generalmente ya ha sido objeto de tratamiento noticioso. Recoge una visión más profunda, generalmente con un enfoque cronológico, sobre un detalle que quizás no parecía muy notorio sino cuando la crónica lo reveló. Por introducirse en el por qué de la noticia, la crónica bordea los terrenos de la opinión tanto o más que el reportaje. Por ello admite el tono moralizante y los juicios de valor del periodista, pero todos deben basarse en la realidad. El texto no admite opiniones, y junto con las imágenes tienen que ser analíticos, narrativos o descriptivos. Toda hipótesis debe ser razonada y confrontada con una o más alternativas y no se admite una hipótesis única y aventurada. Igual que el reportaje, la crónica admite un tratamiento de redacción diferente del de la noticia, pero con las mismas limitaciones y precauciones. Por su naturaleza, se recomienda iniciar la crónica, en cuanto al texto y la imagen, con un gancho que impacte al televidente, y concluirlo con una frase y un plano atractivos y de fuerza.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

### C. El Reportaje.



Se atribuye este nombre a una información que tiene determinadas interpretaciones, descripciones e impresiones para enfocar un hecho desde diversos puntos de vista, y pretender darle al televidente los elementos que contribuyan a contextualizarla. En consecuencia, es una historia desarrollada con cierta libertad de estilo que abarca noticias latentes, que se prestan para una investigación. En su desarrollo se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- a) El reportaje debe tener todos los elementos de la noticia y contestar las seis preguntas reglamentarias del periodismo, pero la redacción de su texto puede apartarse del estilo noticioso propiamente dicho. Es válido alternar distintos estilos narrativos como la descripción, la narración escueta, o el desarrollo cronológico, para despertar y mantener el interés del televidente
- b) Aunque admite cierto grado de interpretación y la exposición de antecedentes y perspectivas, debe procurarse que se tienda más hacia un análisis de los hechos que a la expresión de opiniones del periodista, las cuales siguen prohibidas.
- c) El reportaje no admite la consulta de una sola fuente dadas sus características especiales.
- d) Para iniciar un reportaje se aconseja buscar el dato o la imagen que pueda producir más impacto para atrapar al televidente. Se trata de sacudir emocionalmente al televidente para mantenerlo atento al desarrollo de la historia.
- e) El reportaje no puede terminar en punta. Debe procurarse rematar con un texto y una imagen que proyecte en el televidente la preocupación por el tema tratado.

### D. La Entrevista.

Es una técnica de reportería y un género periodístico. Según su valor y la manera como se le utilice, el diálogo puede formar parte de una noticia, un reportaje o una crónica. La modalidad de preguntas y respuestas se limita a temas de primordial interés y personajes muy destacados. En todos los casos, las declaraciones del entrevistado tendrán el mismo tratamiento que se establece en este Manual y se aplicarán las siguientes normas:

- a) La finalidad de toda entrevista es dar a conocer las opiniones e ideas del personaje, nunca las del periodista. Por esta razón hay que dejar hablar al entrevistado, aunque las respuestas demasiado largas se pueden condensar, siempre que no se mutile la idea ni se le saque de su contexto.
- b) Las preguntas deben ser breves y directas y no contener ninguna opinión del periodista. Al llegar a la entrevista, él ya debe tener una noción bastante concreta de las preguntas que va a plantear, después de haber estudiado todo lo correspondiente al tema y al entrevistado.
- c) El entrevistador no debe presentarse como un enemigo o adversario del entrevistado. Es su deber cumplir con las normas elementales de cortesía, sin

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

utilizar términos de trato familiar, y no utilizar trampas, argucias o mentiras para hacerlo caer en contradicciones o errores. Si el entrevistado no está diciendo la verdad y el periodista se da cuenta de ello, debe seguir haciéndole preguntas directas y claras, sin trucos de ninguna clase, hasta cuando él mismo caiga en contradicción.

#### E. El Informe Especial.

Es el resultado de una investigación en profundidad en torno de una situación o un hecho extemporáneos que afectan a la comunidad. En su elaboración deben seguirse todas las normas establecidas para la noticia y el reportaje, tales como:



- a) Del informe especial suelen surgir revelaciones y acusaciones contra terceros. Por ello el estilo de redacción de su texto debe ser sobrio y alejarse de cualquier forma literaria que le haga perder el necesario rigor conceptual.
- b) En la presentación del informe especial no debe emplearse ninguna técnica sensacionalista. La escueta presentación de los hechos, tanto en el texto como en las imágenes, suele por sí misma ser tan sensacional, que cualquier sesgo amarillista por mínimo que sea puede resultar perjudicial y restarle seriedad al informe.
- c) El informe especial debe basarse en la consulta de muchas fuentes. Por ello es especialmente exigente en cuanto a la obtención de datos y antecedentes que permitan entender la dimensión cabal de un hecho.
- d) El informe especial es un punto intermedio entre la noticia escueta y el análisis, porque aunque el periodista no debe opinar, si tiene que presentar el hecho con distintos matices para que el televidente saque conclusiones.

#### F. La Biografía y la Necrología.

Ambas son el relato de lo que una persona ha hecho en su vida, que como tal exige la verificación de sus tres elementos más importantes: las fechas, los nombres propios y los cargos desempeñados. Generalmente tienen un desarrollo cronológico, especialmente la necrología. Aunque en ningún caso se admite la ironía, la biografía de una persona viva permite mayor elasticidad en el tratamiento de datos de humor. En la necrología debe utilizarse un estilo sobrio y amable y tener mucho cuidado en el manejo de los datos curiosos en la vida de la persona muerta.

#### G. El Perfil.

Se trata de una biografía parcial con modalidad de reportaje que se caracteriza, en consecuencia, por la consulta de varias fuentes. Trata de adentrarse en el cuerpo del personaje para darle al televidente una idea muy cercana de su forma de pensar y de actuar, de sus actividades y de otros detalles, que contribuyan a describirlo. Por eso es imprescindible recoger testimonios de quienes lo conocen en la vida familiar y laboral, con sus amigos y opositores. Hablar directamente con el personaje, si se puede, posiblemente permita obtener datos de mucho interés. Igual que en el reportaje, la presentación del

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

perfil admite libertad de enfoque, pero siempre tratando de comenzar con una frase y una imagen impactante que atrape al televidente y lo mantenga cautivo. El perfil no se limita a las personas. También puede ser de personajes ficticios.

**Manual de Identidad**

**1. Logotipo Canal Capital**



The image shows a large graphic of the Capital logo, which consists of a stylized 'C' made of orange and red segments. Below it, the word 'Capital' is written in a bold, white, sans-serif font, followed by 'SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA' in a smaller font. To the right of the logo, there are three vertical brackets with labels: 'Símbolo' (pointing to the 'C'), 'Tipografía' (pointing to 'Capital'), and 'Descriptor' (pointing to 'SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA'). Further to the right, a vertical orange line is followed by a list of elements: 'logotipo', 'elementos', 'versiones', 'eslogan', 'construcción y proporciones', 'área de reserva', 'tamaños mínimos', 'colores', and 'usos incorrectos'.



**2. Tipografías**



This section shows four examples of the Capital logo and its associated text. The top-left example shows the logo with the text 'Capital Conectados con Bogotá.' below it. The top-right example shows the logo on a grid with the text 'Capital Conectados con Bogotá.' below it. The bottom-left example shows the logo with the text 'Capital Conectados con Bogotá.' below it. The bottom-right example shows the logo on a grid with the text 'Capital Conectados con Bogotá.' below it. To the left of the examples, there is text explaining the placement of the slogan: 'La ubicación del eslogan cuando acompaña al logo varía según la versión, en ambos casos se tienen en cuenta la retícula de construcción del logotipo, esto garantiza una convivencia armoniosa con el eslogan.' and 'En cualquiera de las dos versiones el eslogan entra a reemplazar al descriptor ya que ellos dos NO deben convivir al mismo tiempo junto al logotipo.' To the right, a vertical orange line is followed by a list of elements: 'logotipo', 'elementos', 'versiones', 'eslogan', 'construcción y proporciones', 'área de reserva', 'tamaños mínimos', 'colores', and 'usos incorrectos'.

Si este do




	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

**Tamaño mínimo**

Para conservar la legibilidad del logo de Capital, se debe respetar los tamaños mínimos con y sin slogan en todas sus reproducciones como se ve en la muestra.


- logotipo
- elementos
- versiones
- eslogan
- construcción y proporciones
- área de reserva
- tamaños mínimos**
- colores
- usos incorrectos

El tamaño mínimo para la versión vertical del logotipo con descriptor, es de 2,5cm de alto, esto garantiza su legibilidad hasta dicha medida.




2,5 cm

El tamaño mínimo horizontal del logotipo con descriptor, es de 2,5cm de ancho, esto garantiza su legibilidad hasta dicha medida.




2,5 cm

El tamaño mínimo para la versión vertical del logotipo sin descriptor, es de 1,5 cm de alto, esto garantiza su legibilidad hasta dicha medida.




1,5 cm

El tamaño mínimo para la versión horizontal del logotipo sin descriptor, es de 1,5 cm de ancho, esto garantiza su legibilidad hasta dicha medida.




1,5 cm

El tamaño mínimo para la versión vertical del logotipo sin descriptor para formatos digitales, es de 30 px de alto.




30 px

El tamaño mínimo para la versión horizontal del logotipo sin descriptor para formatos digitales, es de 30 px de ancho.



30 px

15 px  Menor a 30 px se debe utilizar solo el símbolo, y su tamaño mínimo es de 15px.

abcdefghijklmn  
ñopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$%^&/'()=?¿

**Tipografía**

La tipografía es un componente esencial de nuestra identidad de marca. La aplicación rigurosa de nuestra tipografía ayudará a proyectar una identidad consistente a través de todos los puntos de contacto.

La familia tipográfica que hemos elegido es "CABRITO", una tipografía contemporánea que proyecta nuestra personalidad.

# BOGOTÁ

## Estrella de los Andes

Conectados con toda la ciudad y su gente

- introducción
- gráfica complementaria
- tipografía**
- montserrat
- imágenes
- layout
- contenedor

## MONTSERRAT

La familia tipográfica escogida es Montserrat, creada por la diseñadora Julieta Ulanovsky, es una fuente que rescata la belleza de la tipografía urbana de la primera mitad del siglo XX. Es una tipografía de "estilo geométrico que tiene ajustes ópticos sutiles". El resultado es esta familia sans serif con múltiples versiones y múltiples posibilidades, tanto en el mundo editorial como en el corporativo.

a b c d e  
f g h i j k  
l m n ñ o  
p q r s t u  
v w x y z

introducción  
gráfica complementaria  
tipografía  
**montserrat**  
imágenes  
layout  
contenedor

MONTSERRAT THIN  
MONTSERRAT EXTRA LIGHT  
MONTSERRAT LIGHT  
MONTSERRAT REGULAR  
MONTSERRAT MEDIUM  
MONTSERRAT SEMI BOLD  
MONTSERRAT BOLD  
MONTSERRAT EXTRA BOLD  
MONTSERRAT BLACK

MONTSERRAT THIN ITALIC  
MONTSERRAT EXTRA LIGHT ITALIC  
MONTSERRAT LIGHT ITALIC  
MONTSERRAT REGULAR ITALIC  
MONTSERRAT MEDIUM ITALIC  
MONTSERRAT SEMI BOLD ITALIC  
MONTSERRAT BOLD ITALIC  
MONTSERRAT EXTRA BOLD ITALIC  
MONTSERRAT BLACK ITALIC

### 3. Colores

PANTONE 191C	C: 0 M: 90 Y: 41 K: 0	R 243 G 20 B 101	F31C65
PANTONE 151CF	C: 0 M: 66 Y: 92 K: 0	R 255 G 126 B 36	F7E24

**Colores**

El color en la marca es fundamental y su buen uso garantiza la unidad de la y coherencia de la identidad visual.



Los valores de color definidos para la marca **Capital** se escogieron pensando en la era de las noticias digitales y en la ciudad y sus luces en la noche.

PANTONE 285 C	C: 84 M: 89 Y: 46 K: 56	R 38 G 27 B 54	261B36
PANTONE 7680 C	C: 79 M: 100 Y: 0 K: 6	R 82 G 49 B 120	523178

logotipo  
elementos  
versiones  
eslogan  
construcción y proporciones  
área de reserva  
tamaños mínimos  
**colores**  
usos incorrectos


\*En casos donde no sea posible utilizar el color PANTONE e independientemente del tipo de impresión, ya sea offset, digital, Inkjet, screen, etc, siempre se debe tomar como referencia los colores PANTONE y procurar que el resultado se acerque lo más posible a estos colores.



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

## 7. LISTADO DE ANEXOS



### *Anexo 1. Lineamientos generales*




# LÍNEA EDITORIAL

## CANAL CAPITAL



1. Prestar un servicio informativo a los ciudadanos
2. Visibilizar y difundir las acciones e historias exitosas de los bogotanos
3. Construir una apuesta de ciudad y país en paz y con esperanza
4. Registrar y servir de puente en la solución de las problemáticas de la ciudadanía
5. Contar historias que permitan a la ciudadanía descubrir aspectos positivos de Bogotá, disfrutarla y aportar a su desarrollo
6. Innovar en la manera de informar y educar para crear nuevas audiencias
7. Diseñar contenidos que informen y eduquen a través del edu entretenimiento
8. Facilitar la relación del ciudadano y Bogotá por medio de un conocimiento completo , verídico y diverso de nuestra ciudad
9. Hacer una agenda periodística en la que los desafíos de la ciudad sean abordados de manera constructiva, y en la que lo positivo también sea noticia
10. Tener una mirada autentica de la vida cotidiana de la capital, al tiempo que se busca un periodismo de calidad.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

**Anexo 2. Circular de parámetros técnicos y de política editorial**



**MEMORANDO**

S. G.   **COMUNICACIONES INTERNAS**  
Numero de Memorando: 116  
Registro: Sonia Carolina Rodríguez Reyes  
21/01/2019 18:00:01

**PARA:** Monica Grace Sarmiento Rincón  
**Coordinadora de Producción**

**DE:** Claudia Ximena Márquez Ramírez  
**Directora Operativa**

**ASUNTO:** Requerimientos técnicos para la programación del Canal Capital.


De manera atenta me permito recordar los requerimientos técnicos necesarios para la programación del Canal Capital. A continuación relaciono los parámetros de audio y video para los diferentes contenidos :

**GENERALIDADES**

- **VIDEO:** Sin compresión, ruido de cuantificación, distorsión o grano. Time Code continuo con in 00:00:00:00.
- **AUDIO:** Limpio, sin distorsión, saturación, sobre modulación, hum, chispa, estática, reverberación, inducción, golpes de micrófono, etc. En Lipsync con pérdida de sincronismo por timing no inferior a 10 ms. Enfasado sin inversión.
- **META DATA:** Si aplica, Closed Caption EIA708.

**ESTRUCTURA:**

- Cinco (5) segundos de negro.
- Quince (15) segundos de claqueta, que debe incluir la siguiente información: Nombre del programa, referencia, número de capítulo, duración.
- Nivelación de video con barras SMPTE al 75% y nivelación en audio con patrón, durante Quince (15) segundos
- Cinco (5) segundos de negro.
- Cuerpo del programa: Si aplica y el programa viene por bloques o tiene cortes entre cada bloque del programa, se debe incluir un corte a negro de diez (10) segundos con claqueta que indique corte a comerciales, tiempo de duración, nombre del programa, referencia, número de bloques, capítulo (si aplica).

  
ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.

**BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS**



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

CODIGO: MPTV-MN-001

VERSIÓN: 04

FECHA: 27/08/2020

RESPONSABLE: PRODUCCIÓN



### FORMATO:

- Contenedor: .MXF (Material Exchange Format).
- Codec: XD CAM HD.
- Bitrate: 50Mbps.
- Muestreo: 4:2:2.
- Resolución: 1920 x 1080.
- Tasa de Fotogramas: 29.97i Fps entrelazados.
- Relación de Aspecto: 16:9.

### PARÁMETROS:

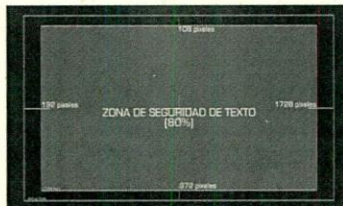
- NIVELES DE VIDEO: Máximo 700 mV para niveles de blanco, Mínimo 0 mV para niveles de Negro.
- NIVELES DE CROMA: Límite a 263 mV. Referenciar a patrón de barras de color SMPTE 75% (100/0/75/0).

### AUDIO:

- Canales: 1 y 2, downmixing monofónico.
- Niveles: Promedio de -12dB. Mínimos en -20 dB.
- Picos: Saturación en -5dB (máximo 3 segs).
- Frecuencia: Muestreo de 48KHz, 24 bits.

### ZONA DE SEGURIDAD:

La información audiovisual del contenido a emitir deberá estar ubicada al 80% del cuadro (1.536 por 864 píxeles). El límite superior izquierdo es 192 píxeles desde la izquierda y 108 píxeles desde la parte superior de la imagen, el inferior derecho es 1.728 píxeles desde la izquierda y 972 píxeles desde la parte superior de la imagen.



**BOGOTÁ  
MEJOR  
PARA TODOS**



**MANUAL GENERAL DE  
PRODUCCIÓN**

**CODIGO: MPTV-MN-001**

**VERSIÓN: 04**

**FECHA: 27/08/2020**

**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**



**ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.**



**UBICACIÓN DEL LOGO – MOSCA:**

La mosca de Canal Capital está ubicada en el área superior derecha de la pantalla por lo que se hace necesario tener en cuenta que en este noveno de la pantalla no haya información relevante del mensaje audiovisual, estática o gráfica que pueda ser omitida en el momento en que se despliega el logo animado.



Sin otro particular,



**CLAUDIA XIMENA MÁRQUEZ RAMÍREZ**  
**Directora Operativa**

Revisó: Lina Astrid Fernández Díaz- Coordinadora de Programación. ✓  
Proyectó: Silvana Russi Salazar - Asistente de Programación. ✓  
Edward Aldana- Operador de Tráfico ✓

200



**BOGOTÁ  
MEJOR  
PARA TODOS**

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	CODIGO: MPTV-MN-001	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 04	
		FECHA: 27/08/2020	
		RESPONSABLE: PRODUCCIÓN	

**Anexo 3.** MDCC-MN-004 MANUAL DE ADMINISTRACIÓN DEL ARCHIVO AUDIOVISUAL – documento disponible en la intranet de Capital.

#### **Anexos 4. Guía de presentación de entregables**

Observaciones a tener en cuenta

1. En la marcación de discos y carpetas no debe usarse signos de puntuación (comas, puntos y caracteres especiales –con excepción de guiones al piso–).
2. En virtud de minimizar los problemas que pueden causarse en el manejo de archivos, las tildes y las eñes (ñ) no deben ser usadas.
3. No hacer uso de espacios en los nombres de archivos y carpetas; estos deben ser reemplazados por guiones al piso cuando se separa el tipo de información.

#### ORGANIZACIÓN Y NOMENCLATURA DE DISCOS Y CARPETAS

1. Dentro del disco se deben crear dos carpetas principales (Libro Producción y Material Audiovisual) con sus correspondientes subcarpetas, así:

Carpeta - Libro Producción

Subcarpeta – Creativa

Formulación creativa

Ficha de la serie

Subcarpeta - Capítulos

Subcarpeta – Fotografías

Fotografía del Director

Subcarpeta – Rodaje

Subcarpeta - Protagonistas

Subcarpeta por cada capítulo

Ficha técnica de capítulo

Ficha investigación de capítulo

Guion de capítulo

Subcarpeta Música

Tracks de música de capítulo

Cue Sheet de música de capítulo

Subcarpeta – Derechos



Subcarpeta – Locaciones

Subcarpeta – Material de archivo

Subcarpeta – Uso de imagen

Subcarpeta – Equipo



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Subcarpeta – Operativa  
Formulación operativa  
Estrategia de producción  
Directorio de equipo y personajes  
Subcarpeta – Derechos Patrimoniales

Carpeta - Material Audiovisual  
Subcarpeta por cada capítulo  
Master MXF  
H264  
Reel  
Subcarpeta - Paquete Gráfico

2. Los archivos deben identificarse con la abreviatura del nombre del proyecto, que se determinará en la reunión de inicio por los productores de seguimiento, como corresponde a las iniciales de las palabras del proyecto o a sus primeras letras:

- Si el nombre es de una sola palabra debe tener cinco caracteres máximo.

Ejemplos:

PAZDE, para el caso de “Pazdemia”  
TIGRE, Para el caso de “Tigres”

- Si el nombre es de varias palabras debe tener cada una de las iniciales (sin límite de iniciales).

Ejemplos:

PER, para el caso de “Puesta en rosa”  
CPCLVI, para el caso de “Conectados prevención contra la violencia infantil”

3. Todos los archivos, sin excepción, deben ser marcados bajo este parámetro en letras mayúsculas:

XXXXX\_TYYCZZ\_AA

XXXXX Corresponde a la abreviatura del nombre del proyecto.



T Corresponde a la temporada.

YY Corresponde al número de la temporada en dos dígitos.

C Corresponde a capítulo.

ZZ Corresponde al número de capítulo en dos dígitos.

AA Corresponde al nombre del documento –de manera abreviada donde se entienda el

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

nombre del documento, sin espacios o guiones en esta información—.

Ejemplos:

Proyecto  
Historias en bici – Temporada 01

- Libro de Producción

HEB\_T01C01\_LICPABLOPEREZ, para el caso de la licencia de uso de obra de Pablo Pérez.

HEB\_T01\_GUIAINVESTIGACION, para el caso del documento guía de investigación de la serie Historias en Bici.

HEB\_T01C01\_FICHACAPITULO, para el caso del documento ficha de capítulo, del capítulo uno, de la serie Historias en Bici.

HEB\_T01\_HVDIRECTORA\_JUANARESTREPO, para el caso de la hoja de vida de la directora Juana Restrepo.

HEB\_T01\_PROPUESTACONVERGENTE, para el caso del documento propuesta convergente de la serie Historias en Bici.

HEB\_T01\_FOTOVICTORIA, para el caso de la fotografía de personaje Victoria de la serie Historias en Bici.

- Material Audiovisual

HEB\_T01C01\_MXF, para el máster (formato MXF) del capítulo uno de la primera temporada de la serie Historias en Bici.

HEB\_T01C01\_H264, para la versión en baja (formato H264) del capítulo uno de la primera temporada de la serie Historias en Bici.

HEB\_T01\_REEL, para el reel de la serie Historias en Bici.



4. El disco duro se nombra de acuerdo al número de contrato del proyecto:

CCC\_AAAA

CCC Corresponde al número del contrato

AAAA Corresponde al año de la firma del contrato

Ejemplo: 475\_2020

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

## Anexos 5. Entregables y parámetros técnicos



Durante la ejecución del contrato con CAPITAL, el contratista deberá cumplir con los entregables y requerimientos técnicos establecidos en el presente documento.

EN DIGITAL: Disco duro con puerto USB 3.0 y formato de archivos ExFAT (compatible con sistema operativo Mac OS y con sistema operativo Windows). Debe contener el LIBRO DE PRODUCCIÓN y el MATERIAL AUDIOVISUAL descrito en la siguiente tabla.



El material se organiza y se marca de acuerdo con las instrucciones del documento:

### “Guía de presentación de entregables”

<b>LIBRO DE PRODUCCIÓN</b> (en el disco duro se debe crear una carpeta con este nombre, debe contener los documentos enlistados y numerados como se describe a continuación)		
1. Formulación creativa final.	En el formato entregado por capital.	
2. Ficha de serie.	En el formato entregado por capital.	
3. Carpeta Fichas técnicas.	Ficha técnica de cada capítulo en el formato entregado por capital.	
4. Carpeta investigación.	Ficha de investigación de cada capítulo o ficha general de serie dependiendo de lo que requiera el contenido a producir. Formato entregado por capital.	
5. Carpeta Guiones finales.	Guion aprobado por CAPITAL de cada capítulo. En el formato que escoja el proponente.	
6. Estrategia de producción final	En el formato entregado por capital.	
7. Formulación operativa final.	En el formato entregado por capital.	
8. Directorio del proyecto.	En el formato entregado por capital.	
9. Carpeta Música.	Archivos de audio de cada una de las piezas de música (original música autorizada o música de	

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

	librería) de la serie.	
	Cue sheet de cada capítulo, Formato MPTV-FT-061 entregado por capital.	
10. Carpeta Releases	Autorizaciones de (locaciones, imágenes, música, actores, equipo creativo) formatos MPTV-FT-052	
11. Carpeta Fotografías	Subcarpeta Fotografías Rodajes. Mínimo 10 fotografías por la serie. (Formato JPEG, resolución mínima 1920 X 1080) En la misma carpeta debe incluirse un documento, en procesador de texto, con el listado de pie de fotos correspondientes a las imágenes	
	Fotografía del director Formato JPEG 1920 X 1080 - Digital. Marcada con su nombre.	
	Subcarpeta Protagonistas. 1 fotografía de cada uno de los protagonistas de la serie. / Formato JPEG 1920 X 1080 - Digital. En la misma carpeta debe incluirse un documento, en procesador de texto, con el listado de pie de fotos correspondientes a las imágenes	
	<i>Las fotografías deben venir acompañadas de sus correspondientes releases</i>	
12. Registro de derechos de autor y cesión de derechos patrimoniales de la obra audiovisual a favor de Canal CAPITAL.	Registro de derechos de autor. Cesión a CAPITAL.	
<b>MATERIAL AUDIOVISUAL</b> (en el disco duro se debe crear una carpeta con este nombre, debe contener los documentos enlistados y numerados como se describe a continuación)		
13. Carpeta Capítulos.	Todos los capítulos en formato MXF y en MP4 (codec H264).	
14. Carpeta Paquete Gráfico.	proyectos editables de logos, cortinillas, cabezote, banners, gráficos o demás piezas que	

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

	permitan construir las piezas promocionales de la serie y las fuentes tipográficas correspondientes.	
15. Reel	De entre 1:30 y 2 minutos de duración en MP4 (codec H264).	

EN FÍSICO: Se debe hacer entrega en físico de:

- a. Formulación creativa final.
- b. Ficha técnica de cada capítulo.
- c. Releases con firma original.

**\* Además de lo listado anteriormente se deben entregar los contenidos convergentes descritos en el apartado de convergencia de cada uno de los proyectos a convocar.**

### PARÁMETROS TÉCNICOS

Los masters de emisión de los capítulos entregados deben cumplir los siguientes parámetros:

**VIDEO:** Sin compresión, ruido de cuantificación, distorsión o grano. Time Code continuo con in



00:00:00:00.

**AUDIO:** Limpio, sin distorsión, saturación, sobre modulación, hum, chispa, estática, reverberación, inducción, golpes de micrófono, etc. En Lipsync con pérdida de sincronismo por timing no inferior a 10 ms. Enfasado sin inversión.

**META DATA:** Closed caption ErA70S.

### ESTRUCTURA:

- Cinco (5) segundos de negro.
- Quince (15) segundos de claqueta, que debe incluir la siguiente información: Nombre del programa, referencia, número de capítulo, duración.
- Nivelación de video con barras SMPTE al 75% y nivelación en audio con patrón, durante Quince (15) segundos
- Cinco (5) segundos de negro.
- Cuerpo del programa: Si aplica y el programa viene por bloques o tiene cortes entre cada bloque del programa, se debe incluir un corte a negro de diez (10) segundos con claqueta que indique corte a comerciales, tiempo de duración, nombre del programa, referencia, número de bloques, capítulo (si aplica).

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

- Incluir salida del FONTIC proporcionada por CANAL CAPITAL.

#### **FORMATO:**

- Contenedor: .MXF (Material Exchange Format) .
- Codec: XD CAM HD.
- Bitrate: 50Mbps.
- Muestreo: 4:2:2.
- Resolución: 1920 x 1080.
- Tasa de Fotogramas: 29.97i Fps entrelazados.
- Relación de Aspecto: 16:9.

#### **PARÁMETROS DE VIDEO:**

- NIVELES DE VIDEO: Máximo 700 mV para niveles de blanco, Mínimo 0 mV para niveles de Negro.
- NIVELES DE CROMA: Límite a 263 mV. Referenciar a patrón de barras de color SMPTE 75% (100/0/75/0).

#### **PARÁMETROS DE AUDIO:**



- Canales: 1 y 2, downmixing monofónico.
- Niveles: Promedio de -12dB. Mínimos en -20 dB.
- Picos: Saturación en -5dB (máximo 3 segs).
- Frecuencia: Muestreo de 48KHz, 24 bits.

#### **ZONA DE SEGURIDAD:**

La información audiovisual del contenido a emitir deberá estar ubicada al 80% del cuadro (1.536 por 864 píxeles). El límite superior izquierdo es 192 píxeles desde la izquierda y 108 píxeles desde la parte superior de la imagen, el inferior derecho es 1.728 píxeles desde la izquierda y 972 píxeles desde la parte superior de la imagen.



#### **UBICACIÓN DEL LOGO - MOSCA:**

La mosca de Canal Capital está ubicada en el área superior derecha de la pantalla por lo que se hace necesario tener en cuenta que en este noveno de la pantalla no haya información relevante del mensaje audiovisual, estática o gráfica que pueda ser omitida en el momento en que se despliega el logo animado.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

**Anexo 6 Ficha creativa**

<b>TÍTULO</b>	
<b>GÉNERO</b>	
<b>FORMATO</b>	
<b>AUDIENCIA</b>	
<b>NÚMERO DE CAPÍTULOS</b>	
<b>TEMPORADA</b>	
<b>DURACIÓN PROMEDIO POR CAPITULO</b>	
<b>FECHA DE FINALIZACIÓN PROYECTADA EN EL CRONOGRAMA</b>	
<b>PRESUPUESTO TOTAL PROYECTADO</b>	
<b>LINK A LA MUESTRA AUDIOVISUAL</b>	

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

### **Anexo 7. Ficha de serie**

**Nombre del proyecto:**0020

**Tema central:**

**Formato narrativo:**

**Formato de grabación:**

**Contratista** (Casa productora o persona natural):

**Fecha** (Año de producción):

**Director:** (nombre completo, correo electrónico y celular

**Productor:** (nombre completo, correo electrónico y celular)

**Productor(es) de contenidos Capital:** (nombre completo, correo electrónico y celular)

**Número de capítulos:**

**Duración:**

**Idioma:**

**Año de producción:**

**Público objetivo:**

**Sinopsis general:** (máximo 600 caracteres, incluidos espacios)

**Lista de títulos:** (número y nombre de todos los capítulos)

**Descriptorios geográficos:** Municipios y departamentos en donde se hicieron las grabaciones de la serie.

**Perfil de los presentadores y/o personajes principales:** La finalidad de este perfil es elaborar notas de prensa y web contando quiénes son las caras del canal, su recorrido y proyección. Se requiere un párrafo de entre 10 y 15 líneas por cada personaje.

**Perfil del director:** perfil de director para notas de prensa web y festivales.

**Créditos:** (debe incluir todos los que aplique. A continuación, se encuentra un listado de roles posibles; no quiere decir que deban incluirse todos o que falten algunos).

Director general

Productor general

Director asistente o asistente de dirección

Jefe de contenidos o jefe de libretos



Libretista o guionista

Asesor temático

Asesor pedagógico

Jefe de investigación



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Investigadores  
Realizadores  
Director de fotografía  
Director de arte  
Camarógrafos  
Sonidistas  
Asistentes de producción  
Asistentes de arte  
Productores de campo  
Jefe de edición  
Editores  
*Logger*  
Diseñadores gráficos  
Animadores  
Posproductor de audio  
Música original  
Vestuarista  
Maquillador  
Transporte  
Ingeniero  
Equipo técnico  
Presentador o conductor  
Personajes o invitados  
Actores  
Locutor  
Productor(es) de contenidos Capital  
Agradecimientos  
Cortesías

Año en arábigos, reservados todos los derechos

Una administración delegada de (en caso de administraciones delegadas):

Empresa realizadora (logo)

Para

Capital Sistema de Comunicación Pública (logo)



Una realización de (en caso de producciones por encargo):

Empresa realizadora (logo)

Para

Capital Sistema de Comunicación Pública (logo)

Una coproducción de (en caso de coproducciones):



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Casa productora (logo) y Capital Sistema de Comunicación Pública (logo).

**TAGS O PLABRAS CLAVES DE LA SERIE:**

- *Mínimo diez (10) tags por serie o documental unitario que den cuenta de qué se trata el proyecto (generalidad hasta particularidad).*

No.	Tag o palabras claves
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

### **Anexo 8. Ficha de investigación**

Este es un ejemplo de reseña de investigación, que debe ser adaptada de acuerdo con las necesidades de cada proyecto y especialmente con los objetivos de contenido de cada programa, sección, bloque temático, etc. Según la naturaleza del proyecto, se entregará una ficha de investigación por capítulo o una ficha de investigación de toda la serie.

Nombre del proyecto:

Director:

Contratista (Casa productora o persona natural):

Fecha (Año de producción):

#### 1. TEMA GENERAL DE LA SERIE

#### 2. TEMA GENERAL DEL CAPÍTULO

#### 3. SUBTEMAS

Se enuncian los subtemas a desarrollar, que pueden responder a las preguntas para qué, cómo, por qué, dónde, cuándo, qué, cuáles, cuántas.

#### 4. MARCO CONCEPTUAL

Presenta y desarrolla brevemente las categorías o ejes conceptuales desde los cuales se abordan los temas y contenidos del proyecto en función del lenguaje audiovisual.

#### 5. ENFOQUE: (15 líneas)

Describe la perspectiva o perspectivas desde las cuales el director o realizador expone y argumenta los temas que se desarrollan en el programa. El enfoque guía la selección de personajes, temas y abordajes. **NO DEBE CONFUNDIRSE CON EL PUNTO DE VISTA NARRATIVO.**

#### 6. METODOLOGÍA



Explica la forma en que se ha adelantado la investigación y la proyecta, determina las herramientas seleccionadas para garantizar la solidez conceptual del proyecto.

#### 7. FUENTES

Enuncia y describe las fuentes secundarias y primarias (bibliografía, links, entrevistados). Plantea posibles preguntas a dichas fuentes.

#### 8. RESEÑA DE PERSONAJES

Describe el perfil de los personajes del documental. Plantea posibles preguntas o líneas temáticas a desarrollar con cada personaje.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

#### 9. LISTADO PROPUESTO DE LOCACIONES

Enuncia ciudades, lugares y locaciones donde se graba el documental.

#### 10. LISTADO DE POSIBLE MATERIAL DE ARCHIVO A UTILIZAR

Video, música, testimonios, obras pictóricas. A medida que se avance en la investigación, este listado debe completarse con información de contacto.



#### 11. SINOPSIS DEL CAPÍTULO

Breve reseña de la manera como se articula narrativa y estructuralmente el tema central y los subtemas en cada capítulo.

#### 12. GLOSARIO

En caso de que se utilicen palabras, conceptos o términos que deban ser aclarados para comprender el contexto.

#### 13. BIBLIOGRAFÍA y LINKS RELACIONADOS

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

### Anexo 9 ficha de capítulo

Sinopsis del capítulo: Cubrimiento geográfico del capítulo:

Participantes o entrevistados Lista de créditos finales:

<b>Serie</b>	
<b>Entidad productora contratista (casa productora o persona natural)</b>	
<b>Número y referencia o título del capítulo</b>	
<b>Fecha de producción</b>	
<b>Género o formato narrativo</b>	
<b>Duración</b>	
<b>Storyline del capítulo</b> Máximo 400 caracteres, incluidos espacios.	
<b>Sinopsis del capítulo</b> Máximo de 800 caracteres, incluidos espacios	
<b>Tema principal del capítulo</b>	
<b>Subtemas</b>	
<b>Tags o palabras claves del capítulo</b>	
<b>Cubrimiento geográfico del capítulo</b> Municipios y departamentos	
<b>Participantes o entrevistados</b> Se consigna por orden de aparición nombre y apellido – cargo o profesión. Se señala si los participantes son niños, jóvenes, tercera edad o grupos étnicos o grupos sociales	
<b>Lista de créditos finales</b> Cargo – nombre completo <i>(debe incluir todos los que aplique. A continuación, se encuentra un listado de roles posibles; no quiere decir que deban incluirse todos o que falten algunos).</i>  Director general	



**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

**CODIGO: MPTV-MN-001**

**VERSIÓN: 04**



**FECHA: 27/08/2020**

**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**





**ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.**

<p>         Productor general          Director asistente o asistente de dirección          Jefe de contenidos o jefe de libretos          Libretista o guionista          Asesor temático          Asesor pedagógico          Jefe de investigación          Investigadores          Realizadores          Director de fotografía          Director de arte          Camarógrafos          Sonidistas          Asistentes de producción          Asistentes de arte          Productores de campo          Jefe de edición          Editores          Logger          Diseñadores gráficos          Animadores          Posproductor de audio          Música original          Vestuarista          Maquillador          Transporte          Ingeniero          Equipo técnico          Presentador o conductor          Personajes o invitados          Actores          Locutor          Productor(es) de contenidos          Capital          Agradecimientos          Cortesías            Año en arábigos, reservados todos los derechos            Una administración delegada de (en caso de administraciones delegadas):          Empresa realizadora (logo)          Para          Capital Sistema de Comunicación Pública (logo)            Una realización de (en caso de producciones por encargo):          Empresa realizadora (logo)          Para          Capital Sistema de       </p>	
--	--

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

Comunicación Pública (logo)  Una coproducción de (en caso de coproducciones): Casa productora (logo) y Capital Sistema de Comunicación Pública (logo).	
---	--

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

### **Anexo 10. Estrategia de producción**



Este documento es el puente entre la formulación creativa y la formulación operativa. Describe en prosa la forma sobre cómo se ejecutará el proyecto, desde los distintos componentes y etapas –se sugiere contemplar como guía las actividades que están consignadas en el anexo Cronograma–.

La estrategia de producción debe guardar coherencia con todos los documentos que conforman la propuesta y con lo consignado en la formulación operativa.

A continuación, se enumeran aspectos importantes a contemplar en el texto explicativo (Máximo una cuartilla):

- Descripción de cómo se realizará el modelo de producción (en bloque o por producto, escalonada, paralela).
- Descripción del flujo de trabajo de los miembros del equipo, en las etapas que intervienen.
- Tiempo invertido en cada uno de los procesos (investigación, escritura de guiones, preproducción, desplazamientos, producción, visualización, edición, posproducción, aprobaciones, revisiones, masterización, entregas y demás procesos necesarios para la realización del proyecto)
- En el eventual caso de que se tengan, desplazamientos fuera de la ciudad de origen (cuántos aéreos, cuántos terrestres).
- Descripción del protocolo de bioseguridad implementado en la etapa de producción.



	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

## Anexo. 11

### FORMULACIÓN OPERATIVA

Referencia: Convocatoria Pública \_\_\_\_ de 20XX

Nombre de la propuesta:

Nombre del proponente:

Fecha:

Tenga en cuenta que la formulación operativa optimiza y articula adecuadamente los recursos técnicos y humanos, así como el cronograma y el presupuesto, en coherencia con lo planteado en la estrategia de producción y en la propuesta creativa.

Cronograma:

Deberá evidenciar que el desarrollo de la propuesta tiene en cuenta los tiempos de ejecución contemplando todas las fases del proyecto (preproducción, producción y postproducción de todas las piezas audiovisuales y el contenido multiplataforma), aprobaciones del canal dentro de las fases y flujo de caja.

Presupuesto:

- Se entiende costeadas la totalidad de los bienes y servicios señalados en el anexo (sin modificar las especificaciones del mismo), con el diligenciamiento de los requisitos técnicos y las actividades determinadas.

- Se identificará que la proyección presupuestal detallada esté acorde con los precios del mercado, así como que esté acorde con los tiempos y condiciones establecidas en la presente convocatoria.

- Los precios que se ofrezcan deberán incluir la realización de todas las obligaciones inherentes a la ejecución del contrato resultante de la oferta, incluyendo gastos generales, costo de las garantías a entregar, beneficio o utilidad del contratista, transporte, almacenamiento, salarios, fletes, imprevistos, seguros o impuestos. Los valores propuestos deberán contemplar todos los costos directos e indirectos en los cuales incurra el proponente para la correcta ejecución del objeto de la presente contratación.



- De igual manera, el proponente al entregar la propuesta económica acepta que ha realizado el análisis de su modelo financiero teniendo en cuenta el costo de cada uno de los servicios y que estarán a su cargo todos los impuestos, tasas, contribuciones establecidos por las diferentes autoridades nacionales, territoriales y departamentales.

- De conformidad con lo establecido en el Estatuto Tributario, la propuesta deberá incluir el valor del IVA, en caso de que haya lugar.

- El proponente seleccionado debe tener en cuenta que, si en el desarrollo del contrato su régimen del impuesto de ventas cambia de simplificado a común, deberá asumir el impuesto a las ventas que tenga obligación de facturar.

- Cuando el oferente no aclare lo relacionado con los impuestos, se considerarán incluidos y a quien se le adjudique no se le reconocerá el valor adicional de este concepto. En caso de que el proponente no indique el impuesto a las ventas (IVA) y haya lugar a éste, se entenderá que éste se encuentra incluido en el valor global (IVA PRESUNTO).

- El comité evaluador efectuará la verificación aritmética de las propuestas presentadas y que las mismas cumplan con lo señalado en el anexo y en caso de error aritmético serán corregidas. Con base en la

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

corrección se tomará el valor de la oferta.

- Será total responsabilidad del proponente la verificación de la sumatoria del presupuesto presentado. En caso de errores y omisiones en que incurra al formular la propuesta económica deberá asumir los mayores costos o pérdida que se deriven de los mismos.

- La propuesta se presentará en pesos colombianos, que es la moneda oficial, conforme lo descrito a la ley 31 de 1992. Con el fin de dar cumplimiento a la Resolución 222 del 5 de julio de 2006 de la Contaduría General de la Nación para la presentación de la oferta económica no se deben utilizar centavos. Por lo tanto, el valor total de la propuesta económica deberá presentarse en números enteros.

NOTA 1: La oferta económica no podrá superar el presupuesto oficial estimado IVA incluido y demás impuestos tasas y contribuciones, so pena de RECHAZO

NOTA 2: Será causal de rechazo la NO presentación y completo diligenciamiento de este anexo.

NOTA 3: No se podrá establecer valores con centavos, sino que deberán hacerse siempre las aproximaciones de la siguiente manera:

CENTAVOS

APROXIMACIÓN

0.01 Centavos a 0.50 centavos

Al peso colombiano inmediatamente anterior

0.51 centavos a 0.99 centavos

Al peso colombiano inmediatamente siguiente

Nota 4: Este anexo se debe entregar en Excel y en PDF

### REGLAS DE LA OFERTA ECONÓMICA

El comité evaluador, procederá a revisar la consistencia técnica de la oferta económica presentada por los proponentes.

La verificación de la oferta económica se realizará con base en la revisión del precio ofertado contenido en el anexo respectivo.



El anexo será diligenciado en su totalidad y será sujeto de modificación de acuerdo con las necesidades de cada proyecto.

El valor total de la oferta económica se presentará en pesos (sin incluir centavos). La propuesta en la cual, el precio sobrepase el presupuesto oficial estimado, será rechazada.

En caso de existir discrepancias en la oferta económica se resolverán así: Cuando se presente error, omisión o inexactitud en el IVA o impuestos, estos serán ajustados de conformidad con lo dispuesto en las normas respectivas.

En caso de errores e imprecisiones respecto de la oferta económica inicial en relación con el valor determinado en número y letras, CAPITAL tomará el valor precisado en letras.

NOTA 1: Al entregar la propuesta económica, el proponente acepta que ha realizado el análisis de su modelo financiero teniendo en cuenta el costo de cada uno de los servicios y que estarán a su cargo todos los impuestos, tasas y contribuciones establecidos por las diferentes autoridades nacionales, territoriales y departamentales.

	<b>MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN</b>	<b>CODIGO: MPTV-MN-001</b>	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		<b>VERSIÓN: 04</b>	
		<b>FECHA: 27/08/2020</b>	
		<b>RESPONSABLE: PRODUCCIÓN</b>	

De lo anterior se concluye que es responsabilidad del proponente la configuración de su propuesta y el correcto diligenciamiento de los anexos propuestos.

---

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL

Nombre:

C.C.

Nombre de la Empresa:

Correo Electrónico:

Teléfono:



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO:** MPTV-MN-001  
**VERSIÓN:** 04  
**FECHA:** 27/08/2020  
**RESPONSABLE:** PRODUCCIÓN



### PRESUPUESTO

Este es un formato estándar.  
Es responsabilidad del proponente verificar que todas las fórmulas del formato funcionen.  
Elimine las filas de los rubros que no va a utilizar e incluya los que requiere y no están contemplados.

El desglose del presupuesto deberá estar acorde con la configuración del proyecto de acuerdo con la propuesta presentada.  
En la casilla de medida se define el criterio de los pagos o cantidades de los ítems (por mes, por paquete, por viaje, etc.)  
Si en la casilla de cantidad requiere utilizar números con decimales, use punto y no coma, para no alterar la fórmula, p. ej. 2.5 (meses)

Referencia: Convocatoria Pública \_\_\_ de 20XX  
Nombre de la propuesta:  
Nombre del proponente:  
Fecha:

#### RESUMEN DEL PRESUPUESTO

<b>1. TOTAL EQUIPO HUMANO</b>	<b>\$ 0</b>
<b>2. TOTAL LOGÍSTICA</b>	<b>\$ 0</b>
<b>3. TOTAL DIRECCIÓN DE ARTE</b>	<b>\$ 0</b>
<b>4. TOTAL EQUIPO TÉCNICO</b>	<b>\$ 0</b>
<b>5. TOTAL MATERIALES</b>	<b>\$ 0</b>
<b>6. TOTAL DERECHOS Y LICENCIAS</b>	<b>\$ 0</b>
<b>7. TOTAL POSTPRODUCCIÓN</b>	<b>\$ 0</b>
<b>8. TOTAL PRODUCTOS CONVERGENCIA</b>	<b>\$ 0</b>
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 0</b>
Imprevistos (5%)	<b>\$ 0</b>

**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

CODIGO: MPTV-MN-001

VERSIÓN: 04

FECHA: 27/08/2020

RESPONSABLE: PRODUCCIÓN

ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

<b>TOTAL NETO</b>	<b>\$ 0</b>
IVA (19%)	<b>\$ 0</b>
<b>GRAN TOTAL</b>	<b>\$ 0</b>

<b>1.</b>	<b>EQUIPO HUMANO</b>				
<b>1.1.</b>	<b>DIRECCIÓN Y CONTENIDO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1.1.1	Director		-	\$ 0	\$ 0
1.1.2	Asistente de dirección		-	\$ 0	\$ 0
1.1.3	Asesor conceptual		-	\$ 0	\$ 0
1.1.4	Asesor de contenidos		-	\$ 0	\$ 0
1.1.5	Investigador		-	\$ 0	\$ 0
1.1.6	Asistente de investigación		-	\$ 0	\$ 0
1.1.7	Guionista		-	\$ 0	\$ 0
1.1.8	Realizador		-	\$ 0	\$ 0
1.1.9	Videógrafo		-	\$ 0	\$ 0
1.1.10	Script		-	\$ 0	\$ 0
1.1.11	Foto fija		-	\$ 0	\$ 0
1.1.12	Transcriptor		-	\$ 0	\$ 0
1.1.13	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL DIRECCIÓN Y CONTENIDO</b>					<b>\$ 0</b>
<b>1.2.</b>	<b>PRODUCCIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1.2.1	Productor general		-	\$ 0	\$ 0
1.2.2	Jefe de producción		-	\$ 0	\$ 0
1.2.3	Productor de campo		-	\$ 0	\$ 0
1.2.4	Asistente de producción		-	\$ 0	\$ 0

**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

**CODIGO: MPTV-MN-001**  
**VERSIÓN: 04**  
**FECHA: 27/08/2020**  
**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**



1.2.5	Otros		-	\$ 0	\$ 0
	<b>SUBTOTAL PRODUCCIÓN</b>				\$ 0
<b>1.3</b>	<b>TALENTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1.3.1	Presentador		-	\$ 0	\$ 0
1.3.2	Personajes principales		-	\$ 0	\$ 0
1.3.3	Personajes secundarios		-	\$ 0	\$ 0
1.3.4	Figurantes		-	\$ 0	\$ 0
1.3.5	Extras		-	\$ 0	\$ 0
1.3.6	Otros		-	\$ 0	\$ 0
	<b>SUBTOTAL TALENTO</b>				\$ 0
<b>1.4</b>	<b>FOTOGRAFÍA, SONIDO, UNIDAD MÓVIL Y MÁSTER</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
	<b>Fotografía</b>				
1.4.1	Director de fotografía		-	\$ 0	\$ 0
1.4.2	Director de cámaras		-	\$ 0	\$ 0
1.4.3	Camarógrafo		-	\$ 0	\$ 0
1.4.4	Asistente de cámara		-	\$ 0	\$ 0
1.4.5	Gaffer (jefe de luces)		-	\$ 0	\$ 0
1.4.6	Luminotécnico		-	\$ 0	\$ 0
1.4.7	Electricista		-	\$ 0	\$ 0
1.4.8	Tramoyista		-	\$ 0	\$ 0
1.4.9	Asistente de tramoyista		-	\$ 0	\$ 0
	<b>Sonido</b>				
1.4.10	Diseñador de sonido		-	\$ 0	\$ 0
1.4.11	Sonidista		-	\$ 0	\$ 0
1.4.12	Microfonista		-	\$ 0	\$ 0
	<b>Unidad móvil y Máster</b>				
1.4.13	Jefe técnico		-	\$ 0	\$ 0



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

CODIGO: MPTV-MN-001  
VERSIÓN: 04  
FECHA: 27/08/2020  
RESPONSABLE: PRODUCCIÓN



1.4.14	Coordinador de piso		-	\$ 0	\$ 0
1.4.15	Operador de <i>switcher</i>		-	\$ 0	\$ 0
1.4.16	Operador de VTR		-	\$ 0	\$ 0
1.4.17	Operador de generador de caracteres		-	\$ 0	\$ 0
1.4.18	Técnico de video		-	\$ 0	\$ 0
1.4.19	Técnico de mantenimiento		-	\$ 0	\$ 0
1.4.20	Almacenista		-	\$ 0	\$ 0
1.4.21	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL FOTOGRAFÍA, SONIDO Y TÉCNICA</b>					\$ 0
<b>1.5</b>	<b>DIRECCIÓN DE ARTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1.5.1	Director de arte		-	\$ 0	\$ 0
1.5.2	Asistente de arte		-	\$ 0	\$ 0
1.5.3	Escenógrafo		-	\$ 0	\$ 0
1.5.4	Ambientador		-	\$ 0	\$ 0
1.5.5	Utilero		-	\$ 0	\$ 0
1.5.6	Vestuarista		-	\$ 0	\$ 0
1.5.7	Maquillador		-	\$ 0	\$ 0
1.5.8	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL DIRECCIÓN DE ARTE</b>					\$ 0
<b>1.6</b>	<b>POSTPRODUCCIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1.6.1	Coordinador de Postproducción		-	\$ 0	\$ 0
1.6.2	Editor Conceptual		-	\$ 0	\$ 0
1.6.3	Editor		-	\$ 0	\$ 0
1.6.4	Asistente de edición		-	\$ 0	\$ 0
1.6.5	Digitalizador de material		-	\$ 0	\$ 0
1.6.6	<i>Logger</i>		-	\$ 0	\$ 0
1.6.7	Tráfico		-	\$ 0	\$ 0



**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

**CODIGO: MPTV-MN-001**  
**VERSIÓN: 04**  
**FECHA: 27/08/2020**  
**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**



1.6.8	Compositor Gráfico		-	\$ 0	\$ 0
1.6.9	Editor de animatics		-	\$ 0	\$ 0
1.6.10	Animador 2D		-	\$ 0	\$ 0
1.6.11	Animador 3D		-	\$ 0	\$ 0
1.6.12	Dibujante		-	\$ 0	\$ 0
1.6.13	Artista de <i>storyboard</i>		-	\$ 0	\$ 0
1.6.14	Colorista		-	\$ 0	\$ 0
1.6.15	Posproductor de sonido		-	\$ 0	\$ 0
1.6.16	Música original - compositor		-	\$ 0	\$ 0
1.6.17	Intérpretes		-	\$ 0	\$ 0
1.6.18	Músicos		-	\$ 0	\$ 0
1.6.19	Locutor - narrador		-	\$ 0	\$ 0
1.6.20	Otros		-	\$ 0	\$ 0
	<b>SUBTOTAL POSTPRODUCCIÓN</b>				\$ 0
<b>1.7</b>	<b>CONTENIDO TRANSMEDIA</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1.7.1	Productor creativo transmedia		-	\$ 0	\$ 0
1.7.2	Productor web		-	\$ 0	\$ 0
1.7.3	Editor web		-	\$ 0	\$ 0
1.7.4	<i>Community manager</i>		-	\$ 0	\$ 0
1.7.5	Ingeniero		-	\$ 0	\$ 0
1.7.6	Diseñador		-	\$ 0	\$ 0
1.7.7	Programador		-	\$ 0	\$ 0
1.7.8	Otros		-	\$ 0	\$ 0
	<b>SUBTOTAL CONTENIDO TRANSMEDIA</b>				\$ 0
	<b>TOTAL EQUIPO HUMANO</b>				\$ 0
<b>2.</b>	<b>LOGÍSTICA</b>				
<b>2.1</b>	<b>TRANSPORTE</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>





## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

CODIGO: MPTV-MN-001  
VERSIÓN: 04  
FECHA: 27/08/2020  
RESPONSABLE: PRODUCCIÓN



2.1.1	Tiquetes aéreos de personal		-	\$ 0	\$ 0
2.1.2	Exceso de equipaje		-	\$ 0	\$ 0
2.1.3	Transporte aéreo de equipos		-	\$ 0	\$ 0
2.1.4	Tasas e impuestos aeroportuarios		-	\$ 0	\$ 0
2.1.5	Transporte en <i>van</i>		-	\$ 0	\$ 0
2.1.6	Transporte en automóvil		-	\$ 0	\$ 0
2.1.7	Transporte urbano		-	\$ 0	\$ 0
2.1.8	Transporte de equipos y escenografía en camión		-	\$ 0	\$ 0
2.1.9	Gasolina, peajes, parqueaderos		-	\$ 0	\$ 0
2.1.10	Lanchas, barcos, canoas		-	\$ 0	\$ 0
2.1.11	Gasolina, aceite		-	\$ 0	\$ 0
2.1.12	Otros		-	\$ 0	\$ 0
	<b>SUBTOTAL TRANSPORTE</b>				\$ 0
<b>2.2</b>	<b>ALOJAMIENTO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
2.2.1	Hotel		-	\$ 0	\$ 0
2.2.2	Lavandería en viaje		-	\$ 0	\$ 0
2.2.3	Otros		-	\$ 0	\$ 0
	<b>SUBTOTAL ALOJAMIENTO</b>				\$ 0
<b>2.3</b>	<b>ALIMENTACIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
2.3.1	Desayunos, almuerzos, comidas		-	\$ 0	\$ 0
2.3.2	Refrigerios		-	\$ 0	\$ 0
2.3.3	Hidratación		-	\$ 0	\$ 0
2.3.4	Otros		-	\$ 0	\$ 0
	<b>SUBTOTAL ALIMENTACIÓN</b>				\$ 0
<b>2.4</b>	<b>COMUNICACIONES</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
2.4.1	Celulares, avanteles, radios		-	\$ 0	\$ 0
2.4.2	Tarjetas de llamadas		-	\$ 0	\$ 0
2.4.3	Otros		-	\$ 0	\$ 0

**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

CODIGO: MPTV-MN-001

VERSIÓN: 04

FECHA: 27/08/2020

RESPONSABLE: PRODUCCIÓN

ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

SUBTOTAL COMUNICACIONES						\$ 0
2.5	SEGUROS	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	
2.5.1	Seguros del personal en viaje		-	\$ 0	\$ 0	
2.5.2	Imprevistos		-	\$ 0	\$ 0	
2.5.3	Protocolo de bioseguridad		-	\$ 0	\$ 0	
2.5.4	Otros		-	\$ 0	\$ 0	
SUBTOTAL SEGUROS						\$ 0
TOTAL LOGÍSTICA						\$ 0
<b>3. DIRECCIÓN DE ARTE</b>						
3.1	DIRECCIÓN DE ARTE	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	
3.1.1	Escenografía		-	\$ 0	\$ 0	
3.1.2	Ambientación		-	\$ 0	\$ 0	
3.1.3	Utilería		-	\$ 0	\$ 0	
3.1.4	Maquillaje		-	\$ 0	\$ 0	
3.1.5	Vestuario		-	\$ 0	\$ 0	
3.1.6	Lavandería de vestuario		-	\$ 0	\$ 0	
3.1.7	Montaje y mantenimiento		-	\$ 0	\$ 0	
3.1.8.	Alquiler de bodega para escenografía		-	\$ 0	\$ 0	
3.1.9	Otros		-	\$ 0	\$ 0	
SUBTOTAL DIRECCIÓN DE ARTE						\$ 0
3.2	LOCACIONES	MEDIDA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL	
3.2.1	Alquiler de locaciones		-	\$ 0	\$ 0	
3.2.2	Adecuación de locaciones		-	\$ 0	\$ 0	
3.2.3	Otros		-	\$ 0	\$ 0	
SUBTOTAL LOCACIONES						\$ 0
TOTAL DIRECCIÓN DE ARTE						\$ 0



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

CODIGO: MPTV-MN-001  
VERSIÓN: 04  
FECHA: 27/08/2020  
RESPONSABLE: PRODUCCIÓN



<b>4. EQUIPO TÉCNICO</b>					
<b>4.1</b>	<b>EQUIPOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
4.1.1	Cámara de video		-	\$ 0	\$ 0
4.1.2	Óptica		-	\$ 0	\$ 0
4.1.3	Luces		-	\$ 0	\$ 0
4.1.4	<i>Grip</i>		-	\$ 0	\$ 0
4.1.5	<i>Dolly</i>		-	\$ 0	\$ 0
4.1.6	Grúa		-	\$ 0	\$ 0
4.1.7	<i>Jib, steadycam, otros</i>		-	\$ 0	\$ 0
4.1.8	Monitores		-	\$ 0	\$ 0
4.1.9	Micrófono de solapa		-	\$ 0	\$ 0
4.1.10	Micrófono de mano		-	\$ 0	\$ 0
4.1.11	Micrófono <i>boom</i>		-	\$ 0	\$ 0
4.1.12	<i>Mixer</i> grabador		-	\$ 0	\$ 0
4.1.13	Planta eléctrica		-	\$ 0	\$ 0
4.1.14	Alquiler de estudio con equipo		-	\$ 0	\$ 0
4.1.15	Unidad móvil		-	\$ 0	\$ 0
4.1.16	<i>Fly away</i> - microondas		-	\$ 0	\$ 0
4.1.17	Transporte de señal		-	\$ 0	\$ 0
4.1.18	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL EQUIPOS DE PRODUCCIÓN</b>					<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL EQUIPO TÉCNICO</b>					<b>\$ 0</b>
<b>5. MATERIALES</b>					
<b>5.1</b>	<b>VARIOS</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
5.1.1	Discos duros externos		-	\$ 0	\$ 0
5.1.2	Memoria USB		-	\$ 0	\$ 0



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

CODIGO: MPTV-MN-001  
VERSIÓN: 04  
FECHA: 27/08/2020  
RESPONSABLE: PRODUCCIÓN



5.1.3	Discos DVD		-	\$ 0	\$ 0
5.1.4	Discos CD		-	\$ 0	\$ 0
5.1.5	Pilas		-	\$ 0	\$ 0
5.1.6	Casete de video		-	\$ 0	\$ 0
5.1.7	Papelería		-	\$ 0	\$ 0
5.1.8	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL VIDEO / AUDIO / VARIOS</b>					\$ 0
<b>TOTAL MATERIALES</b>					\$ 0
<b>6. DERECHOS Y LICENCIAS</b>					
<b>6.1</b>	<b>DERECHOS Y LICENCIAS</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
6.1.1	Derechos literarios		-	\$ 0	\$ 0
6.1.2	Derechos de música no original		-	\$ 0	\$ 0
6.1.3	Derechos de imagen		-	\$ 0	\$ 0
6.1.4	Material de archivo audiovisual		-	\$ 0	\$ 0
6.1.5	Librería de imágenes		-	\$ 0	\$ 0
6.1.6	Librería de audios		-	\$ 0	\$ 0
6.1.7	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL DERECHOS Y LICENCIAS</b>					\$ 0
<b>TOTAL DERECHOS Y LICENCIAS</b>					\$ 0
<b>7. POSTPRODUCCIÓN</b>					
<b>7.1</b>	<b>EDICIÓN / GRÁFICAS / ARCHIVO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
7.1.1	Alquiler de equipo de <i>media log</i>		-	\$ 0	\$ 0
7.1.2	Alquiler de sala de edición		-	\$ 0	\$ 0
7.1.3	Alquiler de sala finalizadora (corrección de color)		-	\$ 0	\$ 0
7.1.4	Alquiler equipo de animación		-	\$ 0	\$ 0
7.1.5	Alquiler equipo de graficación		-	\$ 0	\$ 0

**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

CODIGO: MPTV-MN-001

VERSIÓN: 04

FECHA: 27/08/2020

RESPONSABLE: PRODUCCIÓN

ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

7.1.6	Alquiler equipo de convergentes		-	\$ 0	\$ 0
7.1.7	Servicio de copiado de material de archivo		-	\$ 0	\$ 0
7.1.8	Closed Caption		-	\$ 0	\$ 0
7.1.9	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL EDICIÓN / GRÁFICAS / ARCHIVO</b>					<b>\$ 0</b>
<b>7.2</b>	<b>SONORIZACIÓN / AUDIO</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
7.2.1	Estudio de grabación de audio		-	\$ 0	\$ 0
7.2.2	Alquiler de sala de posproducción de audio		-	\$ 0	\$ 0
7.2.3	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL SONORIZACIÓN / AUDIO</b>					<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL POSTPRODUCCIÓN</b>					<b>\$ 0</b>
<b>8. PRODUCTOS CONVERGENCIA</b>					
<b>8.1</b>	<b>PRODUCTOS CONVERGENCIA</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
8.1.1	Juegos		-	\$ 0	\$ 0
8.1.2	Aplicaciones para móviles		-	\$ 0	\$ 0
8.1.3	Otros		-	\$ 0	\$ 0
<b>SUBTOTAL PRODUCTOS CONVERGENCIA</b>					<b>\$ 0</b>
<b>TOTAL PRODUCTOS CONVERGENCIA</b>					<b>\$ 0</b>



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO:** MPTV-MN-001  
**VERSIÓN:** 04  
**FECHA:** 27/08/2020  
**RESPONSABLE:** PRODUCCIÓN



### CRONOGRAMA X DÍAS

#### Indicaciones:

- 1-Debe replicarse el cuadro por los meses de ejecución del proyecto y numerar cada mes.
- 2-En cada mes deben eliminarse las filas de las actividades que no se van a realizar. Es posible adicionar filas para las actividades no contempladas en este anexo.
- 3-Dentro de las casillas debe consignarse el número del capítulo al cual aplica la actividad (por ej. Cap.3 o Cap. 1 - 4). Es posible combinar casillas.
- 4-Para facilitar la lectura del documento, se recomienda diligenciar el cronograma con colores diferentes asignados a cada actividad.
5. Projecte tiempos totales para una producción realizable en el tiempo estipulado por la convocatoria

Referencia: Convocatoria Pública \_\_\_\_ de 20XX

Nombre de la propuesta:

Nombre del proponente:

Fecha:

### MES 1

ETAPAS		DÍA 1	DÍA 2	DÍA 3	DÍA 4	DÍA 5	DÍA 6	DÍA 7	DÍA 8	DÍA 9	DÍA 10	DÍA 11	DÍA 12	DÍA 13	DÍA 14	DÍA 15	DÍA 16	DÍA 17	DÍA 18	DÍA 19	DÍA 20	DÍA 21	DÍA 22	DÍA 23	DÍA 24	DÍA 25	DÍA 26	DÍA 27	DÍA 28	DÍA 29	DÍA 30	DÍA 31	
DESARROLLO	PREPARATIVOS INICIALES																																
	DISEÑO Y FORMULACIÓN DEL PROYECTO																																









## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

CODIGO: MPTV-MN-001  
VERSIÓN: 04  
FECHA: 27/08/2020  
RESPONSABLE: PRODUCCIÓN



### CONFORMACIÓN DE EQUIPO HUMANO

Este es un formato estándar que contempla un gran rango de cargos.  
Elimine las filas de los cargos que no va a utilizar e incluya los que requiere y no están contemplados.  
Cuando una persona va a realizar más de un cargo, se enuncian en una sola fila, p. ej. *Investigador/Guionista*

Referencia: Convocatoria Pública \_\_\_ de 20XX

Nombre de la propuesta:

Nombre del proponente:

Fecha:

CARGO	CANTIDAD	NOMBRE(S) DEFINIDOS O TENTATIVOS
<b>DIRECCIÓN Y CONTENIDO</b>		
Director	-	
Asistente de dirección	-	
Asesor conceptual	-	
Jefe de contenidos	-	
Investigador	-	
Asistente de investigación	-	
Guionista	-	
Realizador	-	
Videógrafo	-	
<i>Script</i>	-	
Foto fija	-	
Transcriptor	-	
Otros	-	
<b>TOTAL DIRECCIÓN Y CONTENIDO</b>	-	
<b>PRODUCCIÓN</b>		
Productor general	-	
Jefe de producción	-	
Productor de campo	-	

**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN****CODIGO: MPTV-MN-001**  
**VERSIÓN: 04**  
**FECHA: 27/08/2020**  
**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**

Asistente de producción	-	
Otros	-	
<b>TOTAL PRODUCCIÓN</b>	-	
<b>TALENTO</b>		
Presentador	-	
Personajes principales	-	
Personajes secundarios	-	
Figurantes	-	
Extras	-	
Otros	-	
<b>TOTAL TALENTO</b>	-	
<b>FOTOGRAFÍA - SONIDO - UNIDAD MÓVIL Y MÁSTER</b>		
<b>Fotografía</b>		
Director de fotografía	-	
Director de cámaras	-	
Camarógrafo	-	
Asistente de cámara	-	
<i>Gaffer (jefe de luces)</i>	-	
Luminotécnico	-	
Electricista	-	
Tramoyista	-	
Asistente de tramoyista	-	
<b>Sonido</b>		
Diseñador de sonido	-	
Sonidista	-	
Microfonista	-	
<b>Unidad móvil y máster</b>		
Jefe técnico	-	
Coordinador de piso	-	
Operador de switcher	-	



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO: MPTV-MN-001**  
**VERSIÓN: 04**  
**FECHA: 27/08/2020**  
**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**



Operador de VTR	-	
Operador de generador de caracteres	-	
Técnico de video	-	
Técnico de mantenimiento	-	
Almacenista	-	
Otros	-	
<b>TOTAL FOTOGRAFÍA - SONIDO - UNIDAD MÓVIL Y MÁSTER</b>	-	
<b>DIRECCIÓN DE ARTE</b>		
Director de arte	-	
Asistente de arte	-	
Escenógrafo	-	
Ambientador	-	
Utilero	-	
Vestuarista	-	
Maquillador	-	
Otros	-	
<b>TOTAL DIRECCIÓN DE ARTE</b>	-	
<b>ANIMACIÓN</b>		
Director de animación	-	
Diseñador de personajes	-	
Diseñador de fondos	-	
Ilustrador	-	
Dibujante	-	
Artista de storyboard	-	
Editor de animáticas	-	
Animador 2D	-	
Modelador 3D	-	
Realizador de rigging	-	
Animador 3D	-	
Asistente de animación	-	



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO:** MPTV-MN-001  
**VERSIÓN:** 04  
**FECHA:** 27/08/2020  
**RESPONSABLE:** PRODUCCIÓN



Compositor de layout	-	
Compositor y finalizador	-	
Coordinador de pipeline	-	
Jefe técnico	-	
Otros	-	
<b>TOTAL ANIMACIÓN</b>	-	
<b>CONTENIDOS CONVERGENTES</b>		
Jefe de convergentes	-	
Productor web	-	
Editor web	-	
<i>Community manager</i>	-	
Ingeniero	-	
Diseñador	-	
Programador	-	
Otros	-	
<b>TOTAL CONTENIDOS CONVERGENTES</b>	-	
<b>POSTPRODUCCIÓN</b>		
Jefe de edición	-	
Editor	-	
Editor finalizador	-	
Digitalizador de material	-	
<i>Logger</i>	-	
Colorizador		
Tráfico	-	
Posproductor de sonido	-	
Diseñador gráfico (créditos, logos, animaciones)	-	
Música original - compositor	-	
Intérpretes	-	
Músicos	-	
Locutor - narrador	-	



**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

**CODIGO: MPTV-MN-001**

**VERSIÓN: 04**

**FECHA: 27/08/2020**

**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**



**ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.**

Otros	-	
<b>TOTAL POSPRODUCCIÓN</b>	-	
<b>TOTAL DE MIEMBROS DEL EQUIPO</b>	-	



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO:** MPTV-MN-001  
**VERSIÓN:** 04  
**FECHA:** 27/08/2020  
**RESPONSABLE:** PRODUCCIÓN



### EQUIPO TÉCNICO

Referencia: Convocatoria Pública \_\_\_ de 20XX

Nombre de la propuesta:

Nombre del proponente:

Fecha:

### EQUIPOS TÉCNICOS PARA GRABACIÓN

CÁMARAS	CANTIDAD	MARCA	REFERENCIA	CARACTERÍSTICAS	PROPIO	ALQUILADO
ÓPTICA	CANTIDAD	MARCA	REFERENCIA	CARACTERÍSTICAS	PROPIO	ALQUILADO
LUCES	CANTIDAD	MARCA	REFERENCIA	CARACTERÍSTICAS	PROPIO	ALQUILADO

**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

**CODIGO: MPTV-MN-001**  
**VERSIÓN: 04**  
**FECHA: 27/08/2020**  
**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**



SONIDO	CANTIDAD	MARCA	REFERENCIA	CARACTERÍSTICAS	PROPIO	ALQUILADO
ACCESORIOS	CANTIDAD	MARCA	REFERENCIA	CARACTERÍSTICAS	PROPIO	ALQUILADO

**EQUIPOS TÉCNICOS PARA POSPRODUCCIÓN**

CONFIGURACIÓN EQUIPO DE EDICIÓN: Procesador, Memoria RAM, capacidad de almacenamiento con redundancia	CANTIDAD	PLATAFORMA: Software a utilizar (Avid, Final Cut, Premier CC, etc.)	SISTEMA OPERATIVO: MacOSX, Windows, etc.	PERIFÉRICOS: Parlantes, monitores, intarfase de captura de audio digital, etc.	PROPIO	ALQUILADO



**MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN**

**CODIGO: MPTV-MN-001**  
**VERSIÓN: 04**  
**FECHA: 27/08/2020**  
**RESPONSABLE: PRODUCCIÓN**



<b>CONFIGURACIÓN EQUIPO DE GRAFICACIÓN - ANIMACIÓN - COLORIZACIÓN: Procesador, memoria RAM, capacidad de almacenamiento con redundancia</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PLATAFORMA: Software a utilizar (After Effects, Maya, 3DMAX, DaVinci, Best Light, etc.)</b>	<b>SISTEMA OPERATIVO: MacOSX, Windows, etc.</b>	<b>PERIFÉRICOS: Monitores, tabletas, etc.</b>	<b>PROPIO</b>	<b>ALQUILADO</b>
<b>CONFIGURACIÓN EQUIPO DE POSPRODUCCIÓN DE AUDIO: Procesador, memoria RAM, capacidad de almacenamiento con redundancia</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PLATAFORMA: Software a utilizar (Pro Tools, Audition, Sonar, etc.)</b>	<b>SISTEMA OPERATIVO: MacOSX, Windows, etc.</b>	<b>PERIFÉRICOS: Micrófonos, parlantes, monitores, mezclador, etc.</b>	<b>PROPIO</b>	<b>ALQUILADO</b>





## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO:** MPTV-MN-001  
**VERSIÓN:** 04  
**FECHA:** 27/08/2020  
**RESPONSABLE:** PRODUCCIÓN



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

### *Anexo 12. Directorio De Equipo*

**Nombre del proyecto:**

**Director:**

**Productor general:**

**Contratista (Casa productora y/o persona natural):**

**Año:**

Nombre	Documento de identificación	Cargo	Correo electrónico	Celular	Teléfono fijo



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO:** MPTV-MN-001  
**VERSIÓN:** 04  
**FECHA:** 27/08/2020  
**RESPONSABLE:** PRODUCCIÓN



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.


## DIRECTORIO DE FUENTES, PERSONAJES O ACTORES

**Nombre del proyecto:**

**Director:**

**Productor**

**general:**

**Contratista (Casa productora y/o  
persona natural):**

**Año:**

No. Capítulo	Empresa	Nombre	Cargo	Descriptor (por profesión, oficio)	Dirección	Ciudad	Teléfono	Celular	Correo electrónico



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO:** MPTV-MN-001  
**VERSIÓN:** 04  
**FECHA:** 27/08/2020  
**RESPONSABLE:** PRODUCCIÓN



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

# DIRECTORIO DE PROVEEDORES

**Nombre del proyecto:**

**Director:**

**Productor**

**general:**

**Contratista (Casa productora y/o  
persona natural):**

**Año:**

No. Capítulo	Empresa	Nombre	Cargo	Descriptor (por profesión, oficio)	Dirección	Ciudad	Teléfono	Celular	Correo electrónico



## MANUAL GENERAL DE PRODUCCIÓN

**CODIGO:** MPTV-MN-001  
**VERSIÓN:** 04  
**FECHA:** 27/08/2020  
**RESPONSABLE:** PRODUCCIÓN



## 8. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha de aprobación	Descripción del cambio	Responsables
1	24/08/2015	Versión 1 - Se realiza la primera emisión del documento.	Coordinadora Área de Producción
2	10/06/2016	Versión 2 - Se actualiza la estructura y el contenido del documento en relación con la descripción de actividades de la producción de eventos especiales, así como del nuevo Sistema Informativo.	Coordinadora Área de Producción
3	01/10/2019	Versión 3: Actualización del manual de producción con información de todas las áreas de canal, incluyendo los procesos de ingesta de material, manual de estilo y manual de identidad, entre otros.	Dirección Operativa – Coordinación de producción.
4.	27/08/2020	Versión 4: Se actualiza el manual en cuanto a la modificación del contenido descrito en el título “otros productos audiovisuales” Así mismo se incluyen anexos del 4 al 12.	Dirección Operativa – Coordinación de producción.