



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional

Código Naranja: ¿cómo encabezar prácticas con anclaje local?

Walter Barboza

Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 3, N.º 2, diciembre 2017

ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

La Plata | Buenos Aires | Argentina

## Código Naranja: ¿cómo encabezar prácticas con anclaje local?

**Fernando Brovelli**

[fernando.brovelli@gmail.com](mailto:fernando.brovelli@gmail.com)

**Francisco Messina**

[franmessina96@gmail.com](mailto:franmessina96@gmail.com)

**Gerardo Mora**

---

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Universidad Nacional de La Plata

Argentina

Hay muchos recursos que uno puede incorporar para perfeccionar su técnica como comunicador en los distintos soportes que se conocen. En ese sentido, los diferentes planes de estudio de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social proponen la obligatoriedad de los talleres –antes anuales, ahora cuatrimestrales– que apuntan al acercamiento de los comunicadores con sus potenciales herramientas de trabajo en el futuro.

Más allá de las horas cátedra de cada estudiante de comunicación o de las actividades que se le propongan para que tenga un acercamiento con el soporte gráfico, radiofónico o audiovisual, la experiencia se vuelve clave a la hora de la formación de los comunicadores. No sólo importan las producciones que pueda llegar a elaborar, sino que en cada momento en que se elige un medio de comunicación por sobre otro, una forma de narrar por sobre otra, se están encauzando las futuras prácticas por ciertas tendencias que lo identificarán.

Sin embargo, una vez adquiridas distintas herramientas que estén acordes con el modo en que queremos construir sentido, es necesario comprender que no sólo alcanza con saber escribir o hablar sin trabas para producir contenidos en soportes comunicativos. En ese momento, cuando no existe el incentivo de una buena calificación o el apremio por conformar a un docente, el comunicador debe empezar

a llevar al campo lo aprendido en el aula y en sus distintos usos como ciudadano para enriquecer su aprendizaje.

Una de las cuestiones necesarias de comprender cuando uno realiza prácticas es que el incentivo, muchas veces, proviene de uno mismo. La posibilidad de establecerse como empleado en situación de dependencia en los primeros trabajos suele ser muy remota. Incluso cuando un comunicador se autogestiona los recursos para obtener remuneración pecuniaria, se requiere un paso previo en el que se propone una pauta publicitaria a algún tipo de emprendimiento, hecho que trasciende los proyectos comunicacionales en la ciudad.

¿Pero qué sucede si no se pretende tener, en las primeras prácticas, una remuneración económica? En ese caso, se necesita tener en claro cuál es el objetivo que se tiene, al menos en el plano individual. ¿Quiero sumar experiencia? ¿Quiero tener un mejor currículum? ¿Quiero que mi voz sea escuchada? ¿Me siento a gusto con el medio y deseo que crezca? ¿Qué réditos obtengo al prestar mi fuerza de trabajo y mis ganas de aprender? Una vez aclarado por qué estamos generando contenido, obtendremos la respuesta que justifique largas horas de trabajo o de viajes.

Existen otras consideraciones que pueden enriquecer este trayecto de formación como comunicador. Muchas veces, ante la posibilidad que dan los soportes comunicativos de obtener masividad, se tiene la tentación de ansiar reconocimiento y, más valioso aún, respeto. Ya sea de los propios colegas, de allegados nuestros, del ámbito en el que trabajamos o del público general: uno pretende, cuanto menos, ser respetado.

Pero para obtener cierta gratificación y, por qué no, felicitaciones, es fundamental el respeto hacia uno mismo y el trabajo propio. No es necesario (sólo) enfocarse en el aspecto económico que, para muchos, es la gratificación y muestra de respeto por excelencia. Cuando uno empieza a valorar su tiempo y sus capacidades, y a reconocerse comprometido con un proyecto periodístico, le otorga una dedicación a sus prácticas que terminan dándole identidad a las producciones comunicacionales en las que uno se enmarca.

Además, mientras nuestras trayectorias como comunicadores se desarrollan y obtenemos conocimiento de la temática que abordamos y de otras experiencias comunicacionales similares, el respeto por uno mismo toma otra dimensión. Ahí es cuando la pregunta se modifica. ¿Si esto se hizo, por qué no lo puedo hacer también? ¿Cómo se puede innovar en determinado campo? Una vez que se tiene experiencia en el uso de determinadas herramientas de trabajo, la proactividad y dedicación son los únicos limitantes de nuestras producciones.

Por otro lado, a la hora de encabezar proyectos de comunicación el incentivo se modifica y, así también, las responsabilidades. Algo fundamental es saber que muchas veces si un referente del medio de comunicación no realiza alguna tarea, sea vital o no, finalmente no se hace. Por su constancia a la hora de cumplir con determinadas labores periodísticas, su compromiso hacia el público que, sabe, está expectante o su capacidad para delegar de forma eficiente, los comunicadores comienzan a liderar la dirección editorial y de contenido.

A la hora de innovar o mejorar aspectos que tienen cierta estructura, estas mismas personas que encabezan los medios de comunicación son los principales encargados de proponer modificaciones. En ese sentido, requieren un trabajo de estudio de otros medios, recursos propios y adaptabilidad a los formatos para continuar perfeccionando las producciones y, de esta forma, enriquecer las prácticas. Como comunicadores una de las situaciones más engorrosas y difíciles es generarse una remuneración propia, por lo que trabajar en el desarrollo de nuestras prácticas constituye uno de los principales incentivos en el comienzo de las trayectorias periodísticas.

En cuanto a la producción de *Código Naranja* en el marco de TV Universidad, es necesario saber que aparecen dos factores de suma relevancia: existe un consolidado equipo de trabajo que se encarga de distintos aspectos técnicos (iluminación, cámaras, sonido y maquillaje), mientras que en planos generales existe una total libertad de acción para la generación de contenido periodístico, siempre con el básquet como referencia.

A partir de allí, los trabajos se acotan a la producción general de contenidos, la cobertura de eventos y el desarrollo del programa en vivo. En *Código Naranja* todos colaboran con todo, no sólo por una cuestión del número de integrantes del equipo de trabajo –que es suficiente para repartir roles- sino porque constituye una etapa de desarrollo profesional para todos. Además, y sabiendo que constantemente se asigna un responsable para que cada tarea efectivamente se concrete, esta dinámica permite evitar el tedio de los comunicadores.

En cuanto a la producción, existe una etapa previa, durante y posterior al programa, que se realizan de forma simultánea. Se escoge un entrevistado y se contacta a algún allegado para que envíe una anécdota; se diseña una pauta ordenadora para los panelistas, el conductor y el equipo de técnica encargado de la puesta al aire; se arman tablas de resultados y posiciones; se tiene un contacto permanente con los trabajadores del canal; se seleccionan y recortan los fragmentos de cada edición que, luego, se difundirán por las redes sociales.

La cobertura constituye uno de los trabajos más enriquecedores para un corresponsal, pero también uno de los más cansadores. Habitualmente, se toman

imágenes de los partidos en estadios de distintos puntos de La Plata, Berisso y Ensenada y que terminan minutos antes de la medianoche, mientras que después se seleccionan las mejores jugadas. Se realizan entrevistas e informes especiales, así como también se producen las secciones que permiten que el programa amplíe y potencie su contenido.

Por otro lado, tanto el conductor como el panelista tienen el trabajo previo de preparar comentarios, estudiar partidos y conocer resultados que le otorgarán herramientas para llevar adelante una hora de programa en vivo. A su vez, deben estar en permanente comunicación para evitar redundancias o incoherencias, más aún a la hora de realizar la entrevista en el piso, el momento central de *Código Naranja*.

Al ser un proyecto perteneciente a la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP, el ciclo compone su equipo con todos miembros de la mencionada casa de estudios, algunos estudiantes y otros graduados. Eso es lo que referencia a la producción como un claro espacio de prácticas pre profesionales, que permite a sus integrantes comprender sus roles y enriquecer constantemente su conocimiento al compartir el espacio con otros colegas. Para desarrollar una hora de aire en televisión de alta calidad se precisan comunicación, coordinación e intercambio cotidiano de ideas para cumplir con coberturas, trabajos de pre y pos producción. En esta línea, TV Universidad le da total libertad al proyecto para la conformación del equipo periodístico. Desde que el ciclo inició dos castings tuvieron lugar: uno a mediados de 2015, cuando se conformó el staff inicial y otro en los primeros días de septiembre de 2017, donde participaron trece estudiantes de la Facultad, interesados e interesadas por el básquetbol de la ciudad y con la intención de sumar experiencia a su trayecto periodístico. Esto permite saber que el canal confía plenamente en que el equipo de trabajo realiza de manera óptima la única producción deportiva de la señal.

Pese a los diversos problemas que presenta la formación de profesionales mientras atraviesan su vida académica, el programa tiene un gran alcance, no solamente cuando se sintoniza en vivo, sino también cuando se comparte el producto desde las diversas plataformas que tiene el medio.

Desgraciadamente el básquet no es uno de los deportes más convocantes de la región en términos de asistencia a los estadios. Pese a contar con 33 clubes que forman parte de la Asociación Platense de Básquet y de los cuales se pretende difundir cotidianamente su actualidad, la disciplina se encuentra detrás del fútbol, el rugby y el hockey. Que los encuentros sean durante los días hábiles de la semana y en horario nocturno es, sin dudas, uno de los motivos por los que los seguidores del

básquet se acercan a los partidos sólo en instancias decisivas como semifinales, finales o ronda de playoffs.

En contrapartida, es uno de los más completos en calidad de difusión. Además, el último antecedente audiovisual del que se tiene registro se emitió hace más de diez años: *Naranja al Aire*. Antes uno solo podía enterarse de lo acontecido en el básquet de la ciudad por unos pocos portales web. Con la llegada de *Código Naranja*, nos propusimos llegar a todos los clubes, a lo largo y ancho de la región. El ciclo no solamente tiene la intención de hacer una cobertura integral en lo que respecta a los estrictamente basquetbolístico, sino también pretende una llegada a los integrantes de los clubes (más precisamente en los barrios) para difundir la realidad de cada uno. También es de relevancia periodística para *Código* los hechos históricos como títulos conseguidos, reformas en instalaciones y cualquier tipo de problemática que puedan llegar a tener.

Un caso ejemplar fue el de la ola de tarifazos de servicios públicos que sufrió todo el país a inicios del año 2016. *Código Naranja* estuvo en varios clubes de la ciudad que sufrieron el aumento de precios. El Club Sud América de Tolosa, por ejemplo, a raíz del incremento del 200% en la factura de luz, tuvo que reducir el horario de sus actividades y rehabilitarse por el gran consumo que implicaba prender los reflectores en todo el estadio. Chacarita Platense fue otro de los clubes donde nos acercamos, uno de los más afectados por el tarifazo. Para recaudar fondos, se vio obligado a realizar un recorte en las disciplinas, priorizando solamente la práctica del básquet y boxeo.

Otro caso emblemático es la infraestructura de los clubes de básquet: cada una de las inauguraciones de los pisos deportivos significó un evento de total importancia para nuestro proyecto. Por eso es que el compromiso de *Código* permitió mostrar los estrenos de canchas de parquet de clubes históricos como Náutico Ensenada, Estrella de Berisso, la Universidad Tecnológica Nacional, el Centro de Estudiantes y Egresados de Berisso. Además del reestreno de Asociación Mayo, que estuvo casi diez años sin poder jugar en su gimnasio, por no tener las medidas reglamentarias. El programa *Código Naranja*, en el año 2016 estuvo nominado a los Premios Nuevas Miradas de la Universidad Nacional de Quilmes, ternada como mejor programa deportivo en el ámbito de la universidad.

Hoy en día el trabajo de redes sociales se tornó imprescindible para lograr la calidad de un producto periodístico. Se precisan estructura, regularidad y timing para trasladar una hora de televisión a los tiempos que manejan Facebook, Twitter e Instagram. Los hábitos de producción, consumo, apropiación y distribución de *Código Naranja*, en relación con sus seguidores, deben enmarcarse en los de las redes sociales con más usuarios. Administrados de manera coordinada, esos

factores conllevan a una representación propia del producto, a una identidad que le permite al interlocutor saber qué verá, cómo, en qué contexto y –lo más importante- en qué lapso de tiempo.

Vivimos tiempos de instantaneidad y de scroll fugaz en las pantallas que reposan en nuestras manos. En ese sube y baja, en cada red social la atención no reposa más de dos minutos, por lo que muchísimo menos un usuario reproducirá un fragmento de programa de 18 minutos –un bloque, en lógica periodística- o uno entero de una hora. En ese sentido, la reestructuración del equipo de producción permitió una nueva lógica en la división de roles, la cual ahora enfatiza el trabajo en las redes sociales de martes a domingo, teniendo en cuenta que la emisión en directo es a las 16 horas del lunes y la promoción en redes del programa entero un par de horas después, generalmente en horario nocturno.

Ese énfasis consta de recortes audiovisuales de menos de dos minutos del segundo bloque, momento central del programa cuando el invitado acapara toda la atención. Lo que se procura es difundir las declaraciones que tengan relevancia, el momento de la anécdota –cuando un ser querido, video mediante, pide que el entrevistado complete un momento gracioso relacionado al básquet- y el desafío en piso frente a un integrante del panel.

Ahí es que entra en juego la cuestión del entretenimiento y la calidad periodística. Cada emisión consta de tres bloques: el primero meramente informativo, donde conductor y los tres integrantes del panel comentan dos partidos del básquet local con imágenes en pantalla y se repasan los resultados de la semana; el segundo, la entrevista: con un protagonista de la región y con una lógica más dinámica y entretenida, como se mencionó anteriormente; y el tercero, donde los contenidos no cuentan con una estructura fija, sino que se guarda lugar para la actualidad de manera más distendida, contenidos atemporales y de entretenimiento, siempre con los protagonistas del básquet de La Plata, Berisso, Ensenada y Chascomús.

Una de las falencias que tuvo el ciclo durante poco más de un año fue precisamente el trabajo y la actualización de las redes sociales. En la ciudad, el medio de comunicación referenciado en básquet es Diagonal Al Aro y recién en septiembre de 2017, después de la incorporación de cuatro personas al equipo y la consecuente división de roles, *Código* empieza a tener repercusiones en el cotidiano de los clubes.

Jugadores y seguidores de clubes como Sud América, Astillero, Atenas, Gimnasia – por mencionar solo algunos casos- ya nos han acercado sus comentarios por las producciones que ven en nuestras redes sociales. Incluso uno, en tono jocoso, se quejó porque veía a los jugadores de inferiores tomando tiros raros desde lugares

impensados. Un claro argumento de lo que genera la sección "Desafío Naranja" en el cotidiano de los clubes.

## Bibliografía

Boczkowski, Pablo y Mitchelstein, Eugenia (2017). *Vivir en las redes*, en Revista Anfibia. 4 de septiembre de 2017 <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/vivir-en-las-redes/>

Martín Barbero, Jesús (1987). "De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía". Editorial Anthropos.

Jaunarena, Jorge. "Las etapas del proceso de realización". Ficha de cátedra. Taller de Producción Audiovisual I. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata.

Peirone, Fernando (2017). *Mostrarse, la nueva intimidad*, en Revista Anfibia. 8 de septiembre de 2017 <http://www.revistaanfibia.com/ensayo/mostrarse-la-nueva-intimidad/>

Pérez Vizzón, Tomás (2017). *Todo es fake*, en Anfibia Podcast. 8 de agosto de 2017. <https://audioboom.com/posts/6182908-todo-es-fake-el-show-del-yo>