



**MANUAL DE ESTILO**

**Código: M-PP-M01**

**Versión: 03**

**Abril 21 de 2016**

# **MANUAL DE ESTILO CANAL TRO**



## MANUAL DE ESTILO

**Código: M-PP-M01**

**Versión: 03**

**Abril 21 de 2016**

### **Manual De Estilo Canal TRO**

Edición No. 1 - Junio 15 2012

Escrito por:

Mario Mantilla Barajas,

Ibeth Johanna Rey Jerez

Vladimir García Pinilla

Proceso:

Producción-Programación

Bucaramanga, Colombia - **Canal TRO**

## CONTENIDO



## MANUAL DE ESTILO

**Código: M-PP-M01**

**Versión: 03**

**Abril 21 de 2016**

### INTRODUCCIÓN

Principios de estilo Canal TRO

Objetivo general

Objetivos específicos

1. Definición de principios de estilo
  - 1.1. Promover la cultura de la región
  - 1.2. Propender por la integración de Santander y Norte de Santander
  - 1.3. Fomentar el Edu-entretenimiento
  - 1.4. Formar valores ciudadanos y principios democráticos
  - 1.5. Incentivar la creatividad
  - 1.6. Fortalecer la calidad de la imagen
  - 1.7. Velar por la unidad narrativa y estética
  - 1.8. Preservar la memoria colectiva
  - 1.9. Promover programación de interés general
  - 1.10. Generar espacios de participación con los televidentes
2. Reglas generales
  - 2.1. Identidad visual y sonora
  - 2.2. Desde la producción
  - 2.3. Logo y su ubicación
  - 2.4. Uso de la marca Canal TRO
  - 2.5. Tipografía
  - 2.6. Uso de la fuente
    - 2.6.1. Créditos de identificación
    - 2.6.2. Créditos finales
    - 2.6.3. Textos escritos
      - 2.6.3.1. Ortografía
      - 2.6.3.2. Fuente legible
3. Paquete grafico unificado
4. Presentadores
5. Contenidos
  - 5.1. Política editorial
    - 5.1.1. Tratamiento de la información
    - 5.1.2. Espacio para la opinión y equilibrio de fuentes
    - 5.1.3. Diversidad en los programas
    - 5.1.4. Favorecer la inclusión
    - 5.1.5. No hacer proselitismo político y religión
    - 5.1.6. Tratamientos de los temas
    - 5.1.7. Separación entre opinión, información y publicidad
    - 5.1.8. Respeto por la teleaudiencia
    - 5.1.9. Derechos de los niños
    - 5.1.10. Respeto al medio ambiente
    - 5.1.11. Sentido de pertenencia
    - 5.1.12. Suministro de información al televidente
    - 5.1.13. Respeto por la parrilla de programación
6. Conclusiones

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

## INTRODUCCIÓN

La Televisión Regional del Oriente LTDA., es más que una empresa, es nuestra casa a través de la cual los santandereanos y norte santandereanos que se encuentran en distintas poblaciones del territorio nacional y en otras latitudes del mundo recuerdan y sienten al Gran Santander; es por ellos y junto a estos conciudadanos que el canal ha crecido a pasos agigantados desde su constitución un 25 de junio de 1995.

Hoy por hoy, somos un canal público regional destacado e importante que ha alcanzado el reconocimiento más importante, el de su región.

En la actualidad el TRO comparte esta guía de principios, con nuestra teleaudiencia y colaboradores la cual será de ayuda en la labor de la producción audiovisual que por largo tiempo nos ha puesto en un sitio de preferencia entre los miles de espectadores de la región nororiental y otras zonas del país.

Es así que presentamos “El Manual de Estilo Canal TRO”, cuya intención es sintetizar nuestra manera de ser y sentir la televisión regional, partiendo de la premisa que este medio de comunicación es un servicio público, como lo indica la \*\*\* (Ley 182 1995).  
**ARTÍCULO 2o. FINES Y PRINCIPIOS DEL SERVICIO:** *“Los fines del servicio de televisión son formar, educar, informar veraz y objetivamente y recrear de manera sana. Con el cumplimiento de los mismos, se busca satisfacer las finalidades sociales del Estado, promover el respeto de las garantías, deberes y derechos fundamentales y demás libertades, fortalecer la consolidación de la democracia y la paz, y propender por la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter nacional, regional y local.”*

Con ese convencimiento, Canal TRO define los siguientes principios de estilo que lo identificarán como un medio de comunicación líder, por la calidad de sus producciones, su parrilla de programación y su compromiso con la teleaudiencia.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

## PRINCIPIOS DE ESTILO CANAL TRO

- Promover la Cultura de la Región
- Propender por la integración de Santander y Norte de Santander
- Fomentar el Edu-entretenimiento
- Formar valores ciudadanos y principios democráticos
- Incentivar la creatividad y la innovación
- Fortalecer la calidad de la imagen
- Velar por la unidad narrativa y estética
- Preservar la memoria colectiva (tradición oral, visual) de la región.
- Promover programación de interés general
- Generar espacios de participación con los televidentes

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

## OBJETIVO GENERAL

- Implementar un manual de estilo y de autorregulación que consolide la forma narrativa y estética de principios y valores propios del Canal TRO, diferenciándolo de otros y asignándole identidad regional.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Orientar a productores, directores y proponentes en la realización de productos audiovisuales de acuerdo a las políticas del Canal TRO.
- Promover los lineamientos estéticos y parámetros de calidad con los cuales todo programa de producción propia o de terceros debe cumplir para su respectiva emisión.
- Dar a conocer los principios por los cuales productores, directores y proponentes deben regirse para desarrollar los contenidos de los distintos programas que harán parte de la rejilla de programación del Canal TRO.
- Unificar criterios narrativos y estética audiovisual de todos los productos que se emitan por el Canal TRO.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

## **1. DEFINICIÓN DE PRINCIPIOS DE ESTILO**

### **1.1 Promover la cultura de la región**

El Gran Santander, determinante en los procesos históricos del país es dueño de una rica, diversa y fuerte tradición cultural, que contempla variedad en las manifestaciones artísticas caracterizada por su dinamismo y emprendimiento.

Es compromiso del Canal TRO promover en sus producciones, esta pluralidad cultural como parte esencial de su labor.

### **1.2 Propender por la integración de Santander y Norte de Santander**

Los productores y realizadores de los distintos programas que se emiten en la parrilla de programación procuraran incluir dentro del desarrollo de sus contenidos temas de interés alusivos a las dos zonas de influencia del Canal TRO.

Desde la Televisión Regional del Oriente se debe fortalecer en el imaginario de los televidentes, es decir, la idea de una sola región hermana unida por la historia y la cultura.

### **1.3 Fomentar el Edu-entretenimiento**

El Edu-entretenimiento es una estrategia de comunicación usada para promover mensajes y valores de una manera atractiva a una comunidad con el fin de generar bienestar social.

Canal TRO fomentará esta estrategia para lograr una satisfacción de su teleaudiencia con productos entretenidos que a su vez eduquen de manera informal.

### **1.4 Formar valores ciudadanos y principios democráticos**

La televisión de la región deberá ser participativa, dando espacio al discurso, al debate y al respeto por la opinión; además, fomentará la convivencia pacífica, el pluralismo ideológico, la equidad social y los principios fundamentales de nuestra Constitución Política de 1991.

### **1.5 Incentivar la creatividad**

Canal TRO generará espacios de participación donde se expongan nuevas propuestas narrativas y proyectos audiovisuales, privilegiando aquellas que innoven y aporten a la diversidad de la parrilla de programación.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

## **1.6 Fortalecer la calidad de la imagen**

Canal TRO deberá propender que sus programas se realicen con tecnología avanzada que permita una óptima imagen y definición de sonido. Además, el personal deberá ser seleccionado de acuerdo a sus competencias y experiencias para cada etapa en la producción, de forma que contribuya a la excelencia de los programas.

## **1.7 Velar por la unidad narrativa y estética**

Televisión Regional del Oriente Ltda., hará cumplir los parámetros estéticos y principios establecidos en este manual para que tanto los productos propios como externos que se emiten en la parrilla de programación tengan una unidad visual que los identifique como un producto audiovisual generado por Canal TRO.

## **1.8 Preservar la memoria colectiva (tradición oral, visual de la región)**

Los programas que se emitan en el Canal TRO propenderán por la conservación y el rescate de la memoria histórica, arquitectónica y cultural de la región nororiental y sus habitantes.

La finalidad es conformar un archivo audiovisual que se convierta en un patrimonio de la región.

## **1.9 Promover programación de interés general**

Los programas del Canal TRO contarán con un enfoque que privilegie los temas de interés general sobre los particulares; es decir que los espacios cedidos a empresas o particulares deben abordar temas que vayan más allá de una publicidad institucional.

## **1.10 Generar espacios de participación con los televidentes**

Los programas que se emitan en la parrilla de programación en su medida propiciarán la participación de los ciudadanos a través de los medios convencionales como llamadas, buzón de sugerencias y entrevistas; así mismo, se fomentará la participación mediante el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación – TIC, que le permitan al telespectador interactuar en los diferentes espacios sean estos en vivo o pregrabado.

Además, esta interlocución permitirá una mayor dinámica en los programas y fortalecerá los vínculos canal - televidente.



	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

## 2 REGLAS GENERALES

### 2.1 Identidad visual y musical

Los productos emitidos por el Canal deberán tener unidad que incluye símbolos, logos, logotipos (fijos y animados), tipografía, diseño fotográfico, escenografías y diseño sonoro.

### 2.2 Logo y su ubicación

Canal TRO posee un logo que lo identifica ante el televidente y lo diferencia de los demás canales de televisión, su rápida ubicación permite al público reconocer su canal regional.

Este se ubicará en el ángulo superior derecho equidistante al borde de la pantalla y mantendrá la proporción de tamaño y colores establecidos en el manual de imagen corporativa. **(Referencia Manual de Imagen Corporativa)**

Las productoras de televisión que emitan sus programas para el Canal TRO, podrán identificar su empresa en los créditos finales de cada capítulo, no se permitirá la ubicación de su logo corporativo de manera permanente durante la emisión del mismo, solo aparecerá la marca del canal, con excepción de los programas institucionales del orden nacional.

### 2.3 Uso de la marca Canal TRO

El uso de la marca “TRO” en lo referente a aquellos programas realizados por productores externos deberá contar con la autorización de la Gerencia del Canal tras una previa solicitud, ya que de lo contrario implicará una violación a la Ley puesto que la marca se encuentra registrada ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

De igual manera, el uso del logo símbolo del Canal TRO como identificación de vehículos, habladores, chalecos, carnet y otros elementos a productores externos al Canal TRO estará sujeto a la autorización previa por escrito de la gerencia, la cual también deberá ser oficializada.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

## 2.4 Tipografía

Teniendo como referente las estipulaciones del Manual de Imagen Corporativa (**Referencia Manual de Imagen Corporativa**) se estableció como fuente tipográfica *Futura Md BT* para la aplicación a todo tipo de escrito que identifique al Canal; así mismo, se tendrá en cuenta ésta disposición para todos los productos audiovisuales a emitirse, lo cuales deberán implementar esta fuente en sus diferentes presentaciones ya sean banners, pantallazos o créditos, entre otros.

En el caso que algún productor desee implementar otro tipo de fuente, deberá socializar y argumentar las razones de su uso con el In House (Departamento Creativo) para su posterior aprobación.

## 2.5 Uso de la fuente

### 2.5.1 Créditos de identificación

Los nombres de las personas deberán ser escritos en mayúscula, su uso no exime la marca del acento con tilde; Los cargos, oficios o profesiones que identifiquen al personaje se escriben alternado mayúscula y minúscula, los demás textos complementarios o aclaratorios se escribirán en tipo oración.

### 2.5.2 Créditos finales

Los créditos finales de todos los programas y transmisiones del Canal TRO durarán máximo 35 segundos; además, todos los programas que se emitan en la rejilla de programación deberán incluir el correo oficial del defensor del televidente [defensor@canaltro.com](mailto:defensor@canaltro.com) y al cierre la siguiente frase:

**Este programa fue realizado por:**

(Logo casa productora)

**Para:**

Canal TRO (Logo animado)

**2011, Reservados Todos Los Derechos**

En caso de coproducciones, esta se identificará con la frase:

**Esta fue una coproducción de:**

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

(Logos de las casas productoras)

Siendo el último el logo del Canal TRO.

**2011, Reservados Todos Los Derechos**

Los programas de cinco o menos minutos no incluirán créditos finales largos, solo la frase:

**Esta es fue una realización de:**

(Logo casa productora)

**2012, Reservados Todos Los Derechos**

Teniendo presente el grado de complejidad de las producciones, el orden sugerido de los créditos finales que se emitan por el Canal TRO es el siguiente, a criterio de la empresa productora:

Director General

Productor General

Director Asistente o Asistente De Dirección

Jefe de Contenidos o Jefe de Libretos

Libretista, Guionista o Periodista

Asesor Temático

Asesor Pedagógico

Jefe de Investigación

Investigadores

Realizador

Director de Fotografía

Director de Arte

Camarógrafos

Sonidistas

Asistentes de Producción

Asistentes de Arte

Productores de Campo



## MANUAL DE ESTILO

**Código: M-PP-M01**

**Versión: 03**

**Abril 21 de 2016**

Jefe de Edición

Editores

Logger

Diseño y composición gráfica, In House Canal TRO

Animadores

Pos - productor de Audio

Música Original

Vestuarista

Maquillador

Transporte  
Ingeniero

Equipo Técnico

Presentador o Conductor

Personajes o Invitados

Actores

Locutor

Coordinadora de Producción

Coordinadora de Programación

Directora de Producción y Programación Canal TRO

Gerente Canal TRO

Agradecimientos

Cortesías

Año (en Arábigos,) Reservados Todos Los Derechos

Una Realización De:

Empresa Realizadora

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

Para

(Este orden de créditos según lo dispongan las gerencias)

Si el producto audiovisual está basado en una obra literaria o es una idea original, se deberá incluir el crédito correspondiente del autor o autores.

**Nota aclaratoria:** Las cortesías deben estar incluidas dentro del tiempo establecido de los créditos finales.


### 2.5.3 Textos escritos

**2.5.3.1 ortografía:** Todos los textos escritos en pantalla deben cumplir con las normas establecidas por la Real Academia Española. Ante cualquier inquietud o duda consultar el link de la RAE ([www.rae.es](http://www.rae.es))

**2.5.3.2 fuente legible:** Para títulos, créditos, citas, etc, se aconseja utilizar la fuente Futura Md BT.

Se recuerda no utilizar la fuente en cursiva cuando se difunden datos que sirven de referencia o consulta como correos electrónicos, teléfonos, direcciones, etc, además, se deberá dar un tiempo al aire para que el televidente tenga posibilidad de tomar apuntes, para esto, se sugiere dar un tiempo entre 5" y 20".

- Las cifras del cero al nueve se escriben con todas sus letras. Los números de dos o más dígitos se escriben con su símbolo numérico.
- Las unidades de millón se escribirán con todas sus letras (un millón, dos millones); y las decenas, centenas o millares de millón se escribirán una parte con números y la otra con letras (50 millones).
- Para números telefónicos se sugiere agrupar las cifras con espacios finos y los indicativos entre paréntesis, esto para una mayor limpieza visual por ejemplo: (7) 6484820 ó 3154843800.
- Todos los programas en directo deberán indicar la hora; el reloj estará ubicado en la parte inferior del logo.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

Por otra parte, se tendrá presente el sistema de 12/12 horas, junto a su correspondiente am o pm, sin puntos entre las abreviaturas; las fracciones de hora estarán separadas por dos puntos 9:30 am.

### 3 PAQUETE GRÁFICO UNIFICADO

Todos los programas o piezas audiovisuales deberán utilizar el paquete gráfico unificado (el mismo estilo de fuente, colores institucionales, cortinillas). Es importante recordar que los colores institucionales son el blanco y verde, según lo dispuesto en el manual de imagen del Canal TRO.

### 4 PRESENTADORES

Los presentadores de la rejilla de programación del Canal TRO son figuras públicas que representan en buena medida la imagen del Canal ante la sociedad, por lo tanto su comportamiento ante cámara y fuera de ella, debe ser ajustado a las normas de conducta ciudadana.

Las preferencias políticas, religiosas y sexuales de cada persona que presente programas o cubra periódicamente un evento son reserva del individuo, más no representan el pensamiento u opinión del Canal TRO.

Con el propósito de generar mayor objetividad en la información es conveniente que los presentadores de producciones propias del canal (noticiero), no figuren o aparezcan en producciones de tinte político o gubernamental.

#### Recomendaciones

- Los presentadores en set del Canal TRO deberán vestir de acuerdo al enfoque del programa:

Espacios Informativos: noticieros, opinión, debates, paneles, entrevistas, especiales periodísticos y especializados.

**Hombres:** Saco o blazer con camisa manga larga unicolor y corbata (dependiendo de la formalidad y formato del programa)

**Mujeres:** Usar prendas de vestir sin escotes profundos, evitar usar minifaldas, short que no sean apropiados para este tipo de programas. Se sugiere no utilizar accesorios brillantes o que generen ruido.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

Espacios Edu-entretenimiento: los presentadores de programas musicales, infantiles y magazines en general deberán utilizar ropa informal siempre y cuando estas prendas no tengan estampados obscenos, marcas comerciales o frases con contenido ofensivo.

- La buena presentación personal de los periodistas y presentadores es un valor agregado al ejercicio de la profesión; además deja en alto el nombre e imagen tanto del comunicador como del Canal.
- Corresponsales y reporteros del Canal TRO, deben usar camisas y chalecos distintivos del canal para el cubrimiento de noticias en áreas rurales o zonas de conflicto, además de portar su carnet en una parte visible.
- En cuanto a los presentadores o reporteros de programas realizados por productores externos al Canal TRO, éstos deberán portar una identidad perteneciente al programa que realiza, en sus camisas, habladores, y chalecos deben llevar el logo del programa.

## 5 CONTENIDOS

### 5.1. Políticas editoriales

La televisión pública regional tiene la obligación y el reto de producir sus programas basados en el respeto por la Ley, la Constitución y los Derechos Humanos.

Esta política editorial tiene como criterios fundamentales los principios de estilo y está articulada con los criterios de la televisión pública de universalidad, diversidad, independencia y singularidad.

En caso que el realizador o productor se vea enfrentado a dudas de carácter editorial y ético de no ser resueltas en su totalidad a través del manual, podrá socializar con el productor delegado por el canal TRO y será éste quien de los lineamientos de acción para la resolución de estas inquietudes.

#### 5.1.1 Tratamiento en la información

En concordancia con el artículo 02 de la Ley 182 de 1995, los canales regionales de TV en relación al tratamiento de la información, velarán por el cumplimiento de los siguientes principios del servicio de televisión: a) La imparcialidad en las informaciones; b) La separación entre opiniones e informaciones, en concordancia con los artículos 15 y 20 de la constitución política; c) El respeto al pluralismo político, religioso, social y cultural; d) El respeto a la honra, el buen nombre, la intimidad de las personas. Los derechos y

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

libertades que reconoce la constitución política; e) La protección de la juventud, la infancia y la familia; f) El respeto a los valores de igualdad consagrados en el artículo 13 de la constitución política; g) La preeminencia del interés público sobre el privado y h) la responsabilidad social de los medios de comunicación.

Los hechos, cifras, datos e información concreta expuestos en los programas a través de entrevistados, presentadores, gráficos, entre otros, deberán ser verificados por sus investigadores para asegurar la correcta divulgación de los mismos.

Se aconseja la consulta de una segunda fuente; se debe ante todo garantizar que la información divulgada por el canal sea comprobable.

### **5.1.2 Espacio para la libre opinión y equilibrio de fuentes**

Los programas del Canal TRO deben consultar la opinión de los ciudadanos y de las organizaciones civiles especializadas para los diferentes temas, de manera que se logre un equilibrio en las opiniones emitidas por las fuentes oficiales.

Los conceptos o ideas personales expresadas no comprometen en ningún caso la posición oficial de Canal TRO.

### **5.1.3 Procurar registrar diversidad en los programas**

La región nororiental del país es cultural y étnicamente diversa, de manera que se debe garantizar en los contenidos de los programas la inclusión de todo tipo de personajes, razas, locaciones, religiones y culturas que reflejen la variedad de esta zona del país que posee la región.

Además, se valorará el desarrollo de subculturas urbanas que hacen parte de una visión moderna del mundo.

### **5.1.4 Favorecer la inclusión**

Los programas en los que se aborden temas sobre sexualidad, raza, origen, religión o condición de discapacidad deben ser tratados con naturalidad y respeto, entendiendo que son opciones individuales amparadas por la Constitución.

Se debe evitar la exageración y la burla que afecten la honra y el libre desarrollo de la personalidad.

### **5.1.5 Clasificación de los contenidos emitidos por el Canal TRO**



	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

Tomando como base el código de autorregulación y de acuerdo con lo consignado en el artículo 34 del Acuerdo 002 de 2011, los canales regionales de TV elaborarán y emitirán avisos previos que anuncien al televidente en cada caso, qué tipo de programa se emite a continuación, especificando el público al cual va dirigido. Estos avisos indicarán el rango de edad, si contiene o no escenas de sexo y violencia y sistemas de acceso para la población en situación de discapacidad auditiva (Closed Caption). Los contenidos de dichos programas serán coherentes con el tipo de público al que vaya dirigido. Clasificados como: franja infantil, adolescente, familiar y adultos, teniendo especial interés en aquellos programas dirigidos a la audiencia infantil y juvenil.

#### **5.1.6 Tratamiento de los temas**

El Canal TRO además de presentar programas entretenidos que identifican al Gran Santander se caracterizará por brindar suficientes elementos de análisis según los temas tratados, por tal razón los contenidos de los programas que se emitan deberán ilustrar de manera amplia a los televidentes para que el público genere sus propias conclusiones.

#### **5.1.7 Separación entre opinión, información y publicidad**

Los Canales Regionales, para dar cumplimiento a este punto, se acogerán a lo consignado en el artículo 10 de la Ley 680 del 2001, que indica que “Para garantizar el derecho constitucional a recibir información veraz e imparcial, y considerando que los medios de comunicación tienen responsabilidad social, el contenido de los programas no podrá estar comprometido directa o indirectamente con terceros que resultaren beneficiarios de dicha publicación a cambio de retribución en dinero o en especie, sin que le sea plena y suficientemente advertido al público.”

Los programas periodísticos y noticiosos no podrán incluir en sus emisiones ninguna clase alguna publlirreportajes o televentas.

Cuando alguno de los socios o accionistas de un operador privado de televisión, de un concesionario de espacios o contratista de canales regionales tengan intereses empresariales o familiares directos en una noticia que vaya a ser difundida, deberá advertir a los televidentes de la existencia de tales intereses.

Para dar cumplimiento a este punto, los canales regionales divulgaran el presente Código entre los contratistas de espacios de TV para su cumplimiento.

#### **5.1.8 Respeto por la teleaudiencia**

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

El Canal TRO solicita a productores, directores y realizadores tener presente las normativas que regulan a la televisión pública abierta; por tal motivo, se debe evitar emplear imágenes violentas descriptivas que puedan molestar al telespectador o el empleo de lenguaje obsceno o vulgar. En ese sentido, recomendamos que el humor que se utilice en los programas no ofenda la sensibilidad del televidente.

El Código de Autorregulación dispone que los Canales Regionales propendan por el respeto hacia los televidentes desde tres elementos básicos:

- Cumplimiento de horarios y franjas establecidas en el Acuerdo 002 de 2011: Los programas se emitirán de acuerdo a los horarios anunciados en la parrilla, salvo casos de excepción (alocuciones presidenciales, caída de la señal, ocurrencia de un directo, entre otros); respetando su concordancia con el público al cual corresponden.
- Figura del Defensor del televidente: Los canales regionales ofrecerán un puente de comunicación con los televidentes a través del espacio dedicado a la defensoría del televidente, en el formato que cada canal tenga establecido para ello.
- Sistema PQRS: Los canales mantendrán abiertos mecanismos de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, para que los televidentes puedan expresar sus inquietudes y solicitudes.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

### **5.1.9 Los derechos de los niños**

La Televisión Regional del Oriente promoverá la participación de los niños en actividades propias dentro de su parrilla de programación, de este modo, los programas deberán propender para que algunos de sus temas o contenidos cuenten con la presencia y opinión de la población infantil y juvenil.

### **5.1.10 Respeto al medio ambiente**

El Canal TRO promoverá el desarrollo armónico de los ciudadanos con el medio ambiente, así como de la convivencia pacífica entre la fauna y el hombre.

La Televisión Regional del Oriente tiene una responsabilidad social que se verá reflejada en su parrilla de programación en la que primará la educación, protección y cuidado de los ecosistemas.

### **5.1.11 Sentido de pertenencia**

En aras de generar pertenencia, unidad y posicionamiento de la marca del Canal, se solicitará a los presentadores de los diferentes espacios invitar a la teleaudiencia a seguir en sintonía y deberán hacer el anuncio del siguiente programa.

Para ello, realizadores, directores y productores tanto externos como propios, deben acordar con la Dirección de Producción y Programación la forma en que ejecutará.

### **5.1.12 Suministro de información al televidente sobre el contenido de la programación**

Según lo estipulado en el Código de Autorregulación, los Canales Regionales de TV deberán informar a los televidentes el contenido de la programación en dos horarios del día: al inicio de la programación y en la tarde.

Adicionalmente, publicarán esta programación en la página Web y emitirán, según la disponibilidad de tiempos promocionales, periódicos de los programas, el día y horario de emisión.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

### **5.1.13 Respeto por la parrilla de programación**

#### **Presentación de programas y cumplimiento de horarios.**

La emisión de cada programa será precedida por los avisos de los que habla el artículo 34 del Acuerdo 002 de 2011, donde se incluye la clasificación de la franja, la inclusión de sistemas de acceso para la población en situación de discapacidad, entre otros.

Posterior a este anuncio inicia el programa, cuyo nombre se anuncia en el cabezote o en alguna parte del contenido del mismo. El comienzo de los programas respecto al horario anunciado, tendrá una flexibilidad de diez (10) minutos.

Cuando existan transmisiones especiales, la Televisión Regional del Oriente LTDA incluirá el anuncio de las parrillas antes o después de dicha transmisión.

## **6. GUÍA DE USO PARA LAS REDES SOCIALES DIGITALES DEL CANAL TRO**

La presente guía básica, es de uso para los diferentes programas propios del Canal TRO, con el fin de dar un adecuado y eficiente manejo a las Redes sociales digitales que poseen, entendiendo que la imagen del Canal TRO es la que respalda y hace posible la emisión de dichos programas.

En estos escenarios de comunicación, no solo es importante qué se dice, sino también cómo se dice y quién genera la información, ya que por tratarse de un medio de comunicación público y de alcance masivo los mensajes emitidos deben ser manejados cuidadosamente para evitar comprometer la imagen “Canal TRO”.


**A continuación se plantean unas políticas básicas para el buen uso de las redes.**

**6.1** El único administrador de las redes sociales del Canal TRO será el encargado de TRO Digital, cuando se requiera el uso por parte de otra persona, deberá solicitar al área de TRO Digital por medio del “E-GT-P01-F01 formato de requerimiento”. En caso de que

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

un programa desee abrir una nueva red social digital deberá solicitar autorización al Comité de Producción y Programación.

- 6.1.1.** La persona designada por el director de cada programa deberá contestar las interacciones que se generen en la cuenta con un máximo de un día, si los comentarios hacen referencia a otra área, el encargado deberá consultar previamente a fin de suministrar una respuesta oportuna, respetuosa y amigable con el usuario.
  - 6.1.2.** La persona designada debe velar por la veracidad de la información que se publique, pues al ser una cuenta institucional, representa la voz oficial del Canal y no debe mezclarse con opiniones personales
- 6.2.** Se prohíbe publicar en las redes sociales personales, información referente al Canal, parrilla de programación, y demás contenidos audiovisuales generados con equipos propios dentro y fuera de las instalaciones del Canal TRO. La publicación de esta información se deberá hacer siempre a título del Canal o en su defecto de cada Programa. Una vez publicada esta información los interesados podrán compartirla para dar mayor difusión, de no hacerse se incurrirá en violación de derechos de autor y el Canal TRO podrá tomar las medidas pertinentes. En el caso de transmisiones y eventos el productor debe remitir las imágenes o videos a TRO Digital, igualmente el Director de Producción y Programación debe vincular a todos los eventos de la parrilla a la encargada de TRO Digital para efectos de una promoción oportuna.
- 6.2.1.** Cuando se realicen publicaciones en las cuentas de los Programas se debe etiquetar al Canal TRO, para que ésta se publique de forma inmediata en la cuenta oficial y así TRO Digital pueda compartir tanto en las redes del Canal, como en el Sitio Web.
- 6.3.** Se recuerda que los comentarios en las redes sociales son públicos y fácilmente localizables. El diálogo de las personas asignadas con sus fuentes, sus seguidores o sus compañeros de trabajo se basará en el respeto. Los insultos, descalificaciones o comentarios despectivos podrán ser objeto de las sanciones a que haya lugar.
- 6.3.1.** A las críticas y comentarios negativos debe dárseles un trato cordial y respetuoso, sin atentar contra la integridad de los usuarios, es su deber

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

monitorear y moderar de manera permanente las discusiones que se generen en la página.

- 6.3.2.** Se debe respetar a la audiencia, y mostrar un comportamiento ejemplar en todas las conversaciones y situaciones que se presenten. Se prohíbe a los contratistas del Canal TRO, las apreciaciones personales relacionadas con política, religión, deportes, ética o aspectos de similar sensibilidad
- 6.3.3.** Los videos e imágenes que se publiquen en las redes sociales del Canal TRO o de los programas por parte de periodistas y presentadores debe ser acorde con los contenidos y horarios de los programas.
- 6.3.4.** En las cuentas de los programas no se deben emitir opiniones personales ni comentarios sobre la vida privada de sus presentadores.
- 6.3.5.** En los eventos en que los funcionarios y contratistas de la entidad se identifiquen en sus cuentas personales de las diferentes Redes Sociales Digitales (RSD) como empleados del Canal TRO, deben aceptar los términos de este manual y adoptar una postura acorde y respetuosa, la misma que se mantiene con los demás miembros de la organización.
- 6.4.** Los miembros del Canal podrán publicar en sus cuentas personales detalles o anécdotas relacionadas con su labor diaria, así como cualquier circunstancia que habitualmente no se incluya en la información publicada en la red social del programa o del Canal.
- 6.5.** Se hace necesario el uso de herramientas como Periscope, o imágenes de apoyo con su texto pertinente para cada programa, con el propósito de informar al usuario/televidente, sobre contenidos de último momento o como estrategia de expectativa para incentivar la visualización de la parrilla de programación.
- 6.6.** No se debe publicar en las Redes Sociales de cada programa ningún tipo de publicidad a entidades públicas y privadas sin previo aval del área comercial.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

Teniendo en cuenta la importancia de preservar, cuidar y posicionar la imagen del Canal TRO a través de los medios digitales y con el ánimo de optimizar el uso de las Redes sociales como herramienta para interactuar y conocer los deseos y necesidades de los usuarios/televidentes, se hace necesario establecer de antemano unas normas específicas de uso y estilo para la publicación de contenidos en las redes sociales principalmente Twitter, Instagram, Youtube y Facebook.

## **6.7. Principios de actuación**

- 6.7.1.** Servicio público: la comunicación y difusión de la información virtual debe ser tan eficaz como la presencial.
- 6.7.2.** Transparencia: la gestión de las redes y espacios sociales en internet debe ser clara.
- 6.7.3.** Colaboración: el compartir y el colaborar con otros usuarios de la red debe ser uno de los principales objetivos.
- 6.7.4.** Calidad: la información tanto en los servicios ofrecidos como en las respuestas que damos deben someterse a criterios de pertinencia, adecuación y objetividad.
- 6.7.5.** Corresponsabilidad: debemos ser conocedores de las normas básicas en las redes sociales, hacer constar a quién representamos, saber qué debemos comunicar y cómo hacerlo.
- 6.7.6.** Confidencialidad: No se debe ofrecer ni publicar información que se considere confidencial sin previa autorización.
- 6.7.7.** Participación: debe ser respetuosa, dando respuesta a los comentarios de forma oportuna, respetando los diferentes puntos de vista, aportando comentarios constructivos, y animando a la participación.

## **6.8. Criterios lingüísticos**

- 6.8.1.** Publicar información respetando las normas ortográficas y gramaticales.
- 6.8.2.** Utilizar un lenguaje directo, simple e informal.

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

**6.8.3.** Se recomienda utilizar la segunda persona del singular: tú para generar interacción y confianza.

**6.8.4.** Elaborar textos breves, siempre acompañados de una imagen representativa para el contenido del texto.

**6.8.5.** Emplear frases claras, breves y concisas.

**6.8.6.** Ordenar el texto.

**6.8.7.** Usar una única idea en cada párrafo.

**6.8.8.** Incluir enlaces con acceso a la información.

## **6.9. Recomendaciones y pautas de participación**

**6.9.1.** Se debe respetar la privacidad y la intimidad de las personas.

**6.9.2.** No publicar contenido protegido por los derechos de autor sin la fuente de información pertinente.

**6.9.3.** Mantener una actitud y un lenguaje amable y respetuoso.

**6.9.4.** La información que se ofrezca debe ser veraz y contrastada.

**6.9.5.** Aceptar las críticas y valorar si es necesario contestar.

**6.9.6.** No eliminar ningún comentario ni crítica.

**6.9.7.** El tiempo máximo de respuesta a cualquier duda o pregunta no debe ser superior a las 24 horas.

**6.9.8.** Realizar mínimo una publicación diaria, que genere dinamismo y haga que la comunidad permanezca atenta e interesada.

**6.9.9.** Si en un lapso de 15 días no hay publicaciones, TRO Digital procederá al cierre de la cuenta.

**6.9.10.** En las cuentas institucionales se publicará únicamente información relacionada con los servicios que ofrece el Canal y/o sus Programas.

**6.9.11.** Hacer un uso mesurado y ocasional de los hashtags: para la retransmisión de eventos del Canal, vincular tuits con un tema de actualidad o etiquetas existentes, organizar actividades participativas, etc.

**6.9.12.** Para responder a una duda o consulta, hacerlo con un “responder” así se podrá seguir el hilo de la conversación. Para responder a una citación o



	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

recomendación de una actividad de nuestra institución, es conveniente agradecerlo públicamente.

**6.9.13.** Se hace necesario seguir a medios de comunicación o publicaciones especializadas, organismos públicos, personas que sean referente en un ámbito temático, otras instituciones parecidas a la nuestra, y las personas que recomiendan nuestros tuits.

**6.9.14.** Es recomendable no seguir más usuarios de los que nos siguen.

**6.9.15.** Todas las cuentas de una misma institución se tendrán que seguir.

#### **6.10. Gestión de crisis**

En el caso que por error, críticas y/o comentarios realizados en alguna red social, la imagen y reputación del Canal se viera perjudicada, es conveniente actuar de acuerdo al siguiente protocolo:

**6.10.1.** Identificar el problema: ¿qué ha pasado y por qué?

**6.10.2.** Decidir si es relevante.

**6.10.3.** Identificar el tipo de usuario.

**6.10.4.** Decidir el canal de comunicación con el usuario.

**6.10.5.** Establecer una respuesta adecuada.

**6.10.6.** Hacer un seguimiento.

#### **6.11. Imagen gráfica**

**6.11.1.** Es importante mantener la imagen corporativa del Canal TRO para que los usuarios la reconozcan y se identifiquen con el servicio, por tanto en las redes sociales de cada programa se debe tener como fotografía principal o de portada una imagen que identifique a cada programa como producto del Canal TRO.

**6.11.2.** El uso del logo institucional y demás elementos de identidad del Canal TRO está sujeto al Manual de Identidad Institucional.

#### **6.12. Información de las cuentas**

	<b>MANUAL DE ESTILO</b>	<b>Código: M-PP-M01</b>
		<b>Versión: 03</b>
		<b>Abril 21 de 2016</b>

**6.12.1.** Es necesario que las cuentas de los programas tengan un texto introductorio donde hable del programa, su hora de emisión y enlace el sitio Web del canal TRO, esto con el objetivo de informar al usuario sobre los programas.

## 7. CONCLUSIONES

Este manual de estilo es un conjunto de normas que busca afianzar la identidad de la Televisión Regional del Oriente, el reconocimiento con su región y la pertinencia con los productores que emiten sus trabajos audiovisuales por este medio.

Es importante recalcar que este documento es de conocimiento público, sin embargo, no se exime de estar protegido por los derechos de autor.

Invitamos a todos los productores, realizadores y directores, así como al personal humano que labora para el canal regional, apropiarse de este manual que servirá de guía y orientación para el quehacer televisivo de esta empresa.

## 8. CONTROL DE CAMBIOS

<b>Versión</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO</b>	<b>Fecha</b>
01	Versión inicial del Manual de Estilo	2012
02	Modificación del Manual de Estilo	Noviembre 25 de 2014
03	Modificación del Manual de Estilo	Abril 21 de 2016

<b>Modificó</b>	<b>Aprobó</b>
Líder del procesos de Gestión de Producción y Programación	Comité de Gestión de la Calidad y del Sistema de Control interno



**MANUAL DE ESTILO**

**Código: M-PP-M01**

**Versión: 03**

**Abril 21 de 2016**

Ludy paez ortega  
Gerente