

**IMPLEMENTACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIO A  
TRAVÉS DE UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN FORMATIVA**

**OLGA MEJÍA VARGAS**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA  
SEDE MANIZALES  
FACULTAD DE CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
MANIZALES  
2005**

**IMPLEMENTACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIO A  
TRAVÉS DE UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN FORMATIVA**

**OLGA MEJÍA VARGAS**

**Trabajo de Grado para optar al  
Título de Magíster en Administración y Mercadeo**

**Director  
Doctor Juan Carlos Chica M.**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA  
SEDE MANIZALES  
FACULTAD DE CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN  
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN  
MANIZALES  
2005**

## CONTENIDO

	pág.
1. PROBLEMA.....	6
1.1. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA PROBLEMÁTICA.....	6
1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA.....	10
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	11
2. OBJETIVOS.....	13
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	13
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
3. ANTECEDENTES.....	14
3.1. CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA.....	15
3.2. TENDENCIAS EN EDUCACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN .....	17
3.3. AUDIOVISUALIDAD, EDUCACIÓN Y CULTURA.....	20
3.4. “CANAL UNIVERSITARIO”: UNA EXPERIENCIA INNOVADORA DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA EN LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA DE UN INFORMATIVO UNIVERSITARIO .....	22
4. JUSTIFICACIÓN .....	26
5. MARCO TEÓRICO .....	28
6. MODELO METODOLÓGICO.....	62
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	62
6.2 MÉTODOS GENERALES Y ESPECÍFICOS.....	63
6.3 METODOLOGÍA DE TRABAJO .....	64
6.4 FUENTES.....	64
6.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	65
7. IMPLEMENTACIÓN DEL CANAL DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIO A TRAVES DE UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN FORMATIVA.....	66
7.1 PROPUESTA DEL CANAL .....	66

7.2 DOCUMENTO OPERATIVO CANAL UNIVERSITARIO .....	68
7.3 CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS .....	69
7.4 ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN .....	70
7.5 DESCRIPCIÓN Y TEMAS DE LOS PROYECTOS CON ÉNFASIS EDUCATIVO Y CULTURAL QUE HARÁN PARTE DE LA REJILLA DE PROGRAMACIÓN DEL CANAL UNIVERSITARIO .....	76
7.6 RECURSOS REQUERIDOS PARA EL MONTAJE Y PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DEL CANAL UNIVERSITARIO .....	86
8. EVALUACIÓN DE LA IMPEMENTACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO DEL CANAL DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIO.....	118
9. CONCLUSIONES .....	121
10. BIBLIOGRAFÍA .....	124
ANEXOS .....	127

## LISTA DE ANEXOS

	<b>pág.</b>
Anexo A. Acuerdo No. 24 de la CNTV, “por el cual se reglamenta la prestación del servicio de televisión en las dos modalidades del nivel local, con y sin ánimo de lucro”	127
Anexo B. Cotizaciones de equipos para el montaje del canal universitario TVU.	145
Anexo C. Formato Entrevista a Profundidad, Descripción y Evaluación del Canal.	148



**UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
DE COLOMBIA  
SEDE MANIZALES**

**BIBLIOTECA ALFONSO CALVAJAL ESCOBAR**

### **Resumen de Trabajo de Grado**

<b>CARRERA</b>		MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN	
<b>1<sup>er</sup> APELLIDO:</b> MEJÍA	<b>2<sup>do</sup> APELLIDO:</b> VARGAS	<b>NOMBRE:</b> OLGA	
<b>TITULO DEL TRABAJO:</b> IMPLEMENTACIÓN DE UN CANAL DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIO A TRAVÉS DE UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN FORMATIVA			
<b>NOMBRE DEL DIRECTOR DEL TRABAJO:</b> JUAN CARLOS CHICA M.			
<b>RESUMEN DEL CONTENIDO</b>			
<p>A través de este trabajo, se implementó un canal de televisión universitario bajo una propuesta de comunicación formativa, contemplando los elementos y criterios que permiten una información veraz, oportuna y confiable. El canal de televisión universitario oferta una programación coherente con la concepción de espacio audiovisual. Es una ventana abierta, a través de la cual el ciudadano aprende y disfruta; una ventana que le revela y le descubre su país y el mundo en que vive, una televisión que transforma la percepción que existe entre los ciudadanos sobre la televisión educativa y que hace del conocimiento un relato visible a través de imágenes y sonidos. Las producciones del canal se deben aprovechar no solamente, como medio para transmitir contenido, sino como estrategias de conocimiento y como una tecnología que permite transmitir información de forma muy atractiva y didáctica.</p>			
<b>ABSTRACT</b>			
<p>Through this work, an University Television Channel was implemented under a proposal of formative communication, contemplating the elements and approaches that allow a truthful, opportune and reliable information. The University Television Channel offers a coherent programming with the conception of audiovisual space. It is an open window, through which the citizen learns and enjoys; a window that reveals and discovers his country and the world in that he lives, a television that transforms the perception that exists between the citizens of educational television and that makes of the knowledge a visible story through images and sounds. The productions of the channel are strategies of knowledge and technology that allows to transmit information in a very attractive and didactic form.</p>			
<b>PALABRAS CLAVES:</b> Canal de televisión, comunicación formativa, producción de televisión, tecnologías de comunicación			

## **1. PROBLEMA**

### **1.1. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA PROBLEMÁTICA**

Numerosos son los sistemas de comunicación, pero todos ellos pueden reducirse a un esquema básico y abstracto. La información ha de ser comunicada por una fuente para un destino distinto en el espacio y el tiempo, donde se origina la cadena que los une y constituye el canal de comunicación.

Para que la información o mensaje transite por ese canal se hace necesario reducirla a señales aptas para esa transmisión; esta operación se llama codificación y quien, o lo que la realiza es el trasmisor. En el punto de destino, un receptor reconvierte la información en su forma original, decodificándola con vista a su destinatario. En la comunicación de persona a persona o de grupo a grupo el receptor se convierte instantáneamente en emisor y por consiguiente, el emisor anterior en receptor, produciéndose así el proceso de respuesta retroalimentación o feed back.

Por lo anterior la comunicación se reconoce como un proceso de intercambio de información, un intercambio de ideas cuyo resultado es la concreción de ideas nuevas o el reforzamiento de las ideas preconcebidas; “es uno de los fenómenos esenciales de la vida social, sin la cual ésta sería imposible” (Hernández y Ospina, 1987 Pg. 11). Es así como la construcción de una sociedad, de una cultura, incluso la historia del mundo, las revoluciones de la humanidad, han estado signadas por los grandes avances que se han dado en la capacidad de comunicación del hombre.

Es la misma comunicación entre los hombres la que ha causado una revolución en la cual se encuentra inmersa la humanidad, la Revolución de la inteligencia. Cordeiro explica que esta última revolución se centra en el ser humano, en su capacidad de comunicarse y transformarse, y que la riqueza ya no estará determinada por el dinero y por las posesiones materiales sino por el conocimiento<sup>1</sup>.

El hombre en la actualidad protagoniza una nueva revolución: La Revolución de la Información, una etapa de cambios rápidos y constantes que se inició con los grandes pasos de la computación y la informática y que tiene como hito a la Internet, esa "Red" que se reconoce como una nueva forma de comunicación humana, un nuevo salto en el proceso comunicativo.

Es así como queda claro que la evolución de la tecnología siempre ha significado un avance en los procesos de comunicación humana y, por supuesto, ambos elementos relacionados (Tecnología y Comunicación) han soportado uno a uno los escalones de la evolución natural de nuestra especie. Esa búsqueda del hombre por mejorar su forma de vida - proceso comunicativo incluido - es lo que ha empujado la emergencia constante de nuevas y mejores tecnologías. Así mismo, cada avance en el proceso comunicativo, acompañado de evolución tecnológica, permiten que existan hoy definiciones como las de Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento, ambos referidos a una era mundial donde aparentemente las posibilidades de comunicación humana ya son ilimitadas, donde la transmisión y transferencia de información se desarrolla en cantidades infinitas, desde cualquier rincón del mundo y con una rapidez increíble en otros tiempos.

---

<sup>1</sup> CORDEIRO, JOSÉ LUIS. Benesuela Vs. Venezuela. El Combate Educativo del Siglo. Ediciones CEDICE. Caracas, Venezuela. 1998.



A la adecuada incorporación de las tecnologías de la comunicación en la educación se le atribuye un efecto importante en la mejora de la calidad de los procesos de enseñanza y de aprendizaje dada la versatilidad que éstas ofrecen para producir, almacenar, recuperar y transmitir información de forma muy didáctica y atractiva. Las producciones de televisión se pueden aprovechar no solamente, como medio de transmitir contenido, sino como estrategias de conocimiento y como objeto de estudio y de reflexión.

Se deben pues determinar las características y criterios que, permitan desarrollar una comunicación formativa efectiva, veraz, oportuna y clara, tanto para el transmisor como para el receptor, a nivel de la televisión.

La televisión, desde su posición privilegiada como canal de comunicación que llega a millones de personas, a partir de la década de los cincuenta cuando se instaló en todo el mundo, y se convirtió en la principal fuente informativa del hombre actual, cumple un importante papel para cambiar estereotipos, evitar prejuicios falsos y participar en la plena integración de las minorías sociales.

Puede afirmarse que en forma masiva, a partir de los sesenta, se presentan requerimientos visuales que necesariamente han estructurado una particular forma de relación con el mundo: Una forma mediatizada por la imagen. Profesionales de diferentes disciplinas han llamado la atención sobre este fenómeno y la poca atención que la sociedad en general le otorga; el uso masivo y sofisticado de la imagen por periodistas, comunicadores, anunciantes, publicistas, no ha conllevado en la parte receptora de la sociedad una respuesta racional equivalente.

Es importante que los medios de comunicación identifiquen su responsabilidad social, ya que no sólo se trata de informar por informar, sino de formar a la opinión: La televisión se considera como un medio de comunicación de masas que ejerce una gran influencia en la sociedad. Independientemente de los objetivos

que se plantee la programación, desde un punto de vista global se puede afirmar que la televisión educa, forma, influye en la cultura social de las audiencias, en las actitudes, en los valores, en los comportamientos, en el pensamiento, en la ideología,...

Y no se trata sólo de programas informativos, debates o entrevistas, centrados en la temática de la diversidad o las necesidades especiales, sino cualquier programa, incluso anuncios de pocos segundos. Su impacto puede ser más efectivo que muchas horas de oratoria poco convincente. Así se afirma que toda la televisión es por tanto educativa: debates, películas, series, informativos, campañas publicitarias, entre otros.

Hoy un niño urbano de ocho años adquiere la mayor cantidad de conocimientos, no por medio de la educación escolar sino a través de la televisión. Y eso es, sobra decirlo, una información rígidamente condicionada. La educación escolar, en los mejores casos, podrá darle algunos conceptos, pero la información masiva viene por otras fuentes.

Así se acepta que la televisión se ha convertido en la principal red educativa capaz de cambiar, con mayor rapidez y agilidad, los valores, las actitudes, los hábitos y las conductas de los receptores. Es decir, la televisión se ha transformado en el principal mediador cultural, a través del cual el sistema educativo articula ideológicamente la sociedad.

Por lo tanto un canal universitario, se proyecta como un medio de comunicación y como un medio de apoyo a la labor de educación integral que se desarrolla en el establecimiento educativo, trabajando las líneas de: Desarrollo con participación de toda la comunidad académica, y aprovechamiento de la sinergia del talento humano existente en la institución, como estrategias para garantizar la calidad del canal.

El canal propuesto como prueba piloto de la presente investigación, será por ende vehículo para la construcción y consolidación de una identidad regional y local y para la convivencia pacífica, concebido como un espacio público audiovisual, cuyos objetivos y estrategias estarán orientados a construir audiencias a partir de contenidos educativos y culturales de calidad, como herramienta de progreso mediante una programación estructurada con base en formatos y contenidos que creen hábitos de consumo de televisión educativa y cultural.

## **1.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

El desarrollo de la presente investigación se limita a la implementación de un canal de televisión universitario a través de una estrategia de comunicación formativa, que contemple la tendencia actual del consumo de televisión al buscar canales especializados, bien sea por temas o por audiencias. La investigación se sitúa en el ámbito de la Administración y la comunicación, la cual se constituye en el eje central dentro de la investigación formulada.

Para la identificación de los aspectos citados, cabe mencionar como principales disciplinas aportantes: La Sociología, para comprender la idiosincrasia de la población y sus manifestaciones, a través de las teorías de la comunicación social actuales, y determinar las variables relacionadas con calidad de vida que la televisión puede fortalecer; la Ética, porque formula los principios morales en que debe basarse toda relación humana, incluidas las comunicaciones, la norma ética sobre el derecho de la información, y los aspectos relacionados con el objetivo de formación que debe tener la comunicación, particularmente mediante la televisión; la Administración, para entender la importancia del diseño organizacional, administrativo y operativo de un canal de televisión como recurso educativo, y el proceso de gestión requerido para su implementación, la Psicología y la Pedagogía, para determinar los requerimientos formativos de los individuos a

través de la televisión y el Derecho, para determinar lo referente a la normatividad vigente para el sector de telecomunicaciones, en lo que aplica a la investigación.

El estudio se restringe a la determinación de criterios para la implementación de un canal de televisión universitario, a través una propuesta de comunicación formativa que:

- Fortalezca la identidad cultural, la diversidad y la participación de las minorías.
- Permita ver y oír múltiples voces, rostros, temas y puntos de vista.
- Promocione el talento universitario y la participación de la comunidad académica en la creación audiovisual.
- Sea un recurso pedagógico de calidad, coherente, abierto, que facilite y propicie el conocimiento.
- Propenda por el fortalecimiento de la convivencia y los valores fundamentales.
- Sea un recurso válido accesible al que lo necesite, con el objeto de elevar el nivel educativo de la teleaudiencia.
- Enriquezca la labor y el saber del docente.

### **1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Por los aspectos anteriormente mencionados, es necesario dar una respuesta a los siguientes interrogantes:

- a) ¿Cómo implementar un canal de televisión universitario, a través de una propuesta de comunicación formativa?
- b) ¿Cuáles son los principales elementos y criterios que intervienen en la estructura de una comunicación formativa que proporcione información veraz, oportuna y confiable a los receptores?
- d) ¿Cómo implementar un formato de comunicación formativa que realmente permita cumplir la función formadora de la televisión?
- e) ¿Cuál debe ser el diseño de la programación para cumplir con la labor formativa del canal de televisión universitario propuesto?
- f) ¿Cuál debe ser el diseño administrativo organizacional y operativo del canal de televisión universitario propuesto?

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1. OBJETIVO GENERAL**

Implementar un canal de televisión universitario, a través de una propuesta de comunicación formativa que contemple los elementos y criterios que permitan una comunicación educativa y efectiva, con información veraz, oportuna y confiable.

### **2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Determinar los elementos y criterios relevantes que intervienen en la estructura de una comunicación formativa con información veraz, oportuna y confiable mediante la televisión.
- Implementar un canal de televisión universitario a manera de prueba piloto local, que aplique los conceptos, principios y criterios identificados a partir de la presente investigación.
- Diseñar una programación con un énfasis educativo y formativo para la implementación del canal de televisión universitario propuesto
- Diseñar la estructura administrativa, organizacional y operativa que permita el funcionamiento del canal de televisión universitario de acuerdo a las regulaciones jurídicas existentes en el país.

### 3. ANTECEDENTES

Como se ha planteado anteriormente el objetivo primordial del presente trabajo es implementar un canal de televisión universitario a través de una propuesta de comunicación formativa que contemple los elementos y criterios que permitan una comunicación educativa y efectiva, con información veraz, oportuna y confiable. De acuerdo al presente objetivo y realizando una exhaustiva revisión bibliográfica, se ha logrado identificar en primera instancia que un canal de televisión como el que se está proponiendo al interior de este trabajo no existe a nivel nacional, ni local, ya que la propuesta aquí planteada es de cobertura local, aclarando que cuando se habla de coberturas, ya sea local, regional y nacional, para cada una de ellas existe una reglamentación diferente.

Sin embargo en contenido existe el Canal Universitario de Antioquia “Canal U”, quien fue el primer canal universitario en el país, orientado hacia la educación formal, tiene una cobertura que comprende el Valle de Aburrá y los diez Municipios que componen su área metropolitana, su programación apoya los currículos universitarios y ofrece espacios para el entretenimiento formativo. De igual forma existió, hasta hace aproximadamente un año, el Canal 75 dirigido por la Universidad Autónoma de Manizales con la cobertura para el municipio de Manizales (local) y una propuesta de programación educativa y cultural.

Por otro lado no se identificaron estudios específicos sobre el montaje o implementación de un canal universitario. Sin embargo, cabe mencionar los siguientes estudios relacionados, que pueden ser de apoyo para el desarrollo teórico y práctico de la presente investigación:

Si se toma en cuenta que el canal de televisión universitario propuesto responde a la difusión de materiales educativos, de conocimiento y culturales, el artículo que a continuación se expone, puede brindar elementos que ilustren la dinámica de la educación educativa llevada a un medio masivo como es la televisión:

### **3.1. CARACTERIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA<sup>2</sup>**

AUTOR: Héctor Jesús Torres Lima

Se ubica a la comunicación educativa en diversos niveles. Se le considera a ésta como un hecho o entidad real; y, por lo tanto, organizada de alguna manera. Tomando en cuenta que es una entidad real y que forma parte de una realidad, se puede analizar como fenómeno histórico, cultural, social, comunicativo y cognitivo.

Trata entre otros temas: La comunicación educativa en el entorno histórico; la comunicación educativa como una forma de enculturización.

Menciona que *“la comunicación educativa puede ser una instancia enculturizadora siempre y cuando:*

*- Contenga una interpretación acerca de la realidad, y que*

*- Los agentes educativos la interioricen y la lleven al nivel de las representaciones, expresiones y prácticas sociales, aunque pueda haber alguna incongruencia entre esos niveles.”*

---

<sup>2</sup> REVISTA ELECTRÓNICA RAZÓN Y PALABRA. Número 13, Año 4, Enero – Marzo de 1999. En: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n13/carac13.html>



En este trabajo, en primer lugar, señala la comunicación educativa, como opción para llevar a los miembros del grupo social un mensaje educativo que pueda ser captado por ellos para facilitar el aprendizaje de contenidos acerca de los ambientes o entornos, o para proporcionar interpretaciones sobre esos mismos entornos (enculturizar).

Se puede ver también, que la comunicación educativa como objeto de estudio, es resultado de una visión, en donde los productos son para una colectividad homogeneizada (llamada masa) a la cual se le proporcionan mensajes producidos de manera industrial, es decir, bajo condiciones de producción caracterizadas por un trabajo de diversas personas, organizadas bajo ciertas divisiones sociales y técnicas de producción.

Por otro lado, ésta revisión permitió encontrar otro artículo referente a la influencia de las TIC's en la educación actual, dejando entrever que los medios de comunicación actuales no pueden hacerse a un lado cuando el mundo en su conjunto se abre a experimentar un fenómeno que con Internet a la cabeza recibe diversos nombres y que, como sea que se denomine, trae consigo un sinnúmero de cambios que parece no terminar.

La intención del artículo que a continuación se cita es justamente plantear las relaciones, los efectos, las oportunidades y las interrogantes que desde los medios de comunicación puede haber frente a la Revolución de la Información. Se dedica a reflexionar sobre el impacto que ha tenido la innovación que caracteriza al nuevo orden mundial y cómo se plantean nuevas formas de comunicación social a partir de las denominadas TIC`s.

Sin duda la educación a través de un canal de televisión, en los actuales formatos de la sociedad de la información, no puede marginarse de hacer un aporte a las TICs, toda vez que la televisión resulta ser un canal masivo y eficiente que permite ser factor de igualdad social, de desarrollo personal y un derecho público básico.

### **3.2. TENDENCIAS EN EDUCACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN<sup>3</sup>**

AUTOR: Jordi Adell

Trata en forma general sobre el advenimiento de la sociedad de la información, como conjunto de transformaciones económicas y sociales que cambiarán la base material de nuestra sociedad. Tal vez uno de los fenómenos más espectaculares asociados a este conjunto de transformaciones sea la introducción generalizada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en todos los ámbitos de la vida actual, cambiando la manera de hacer las cosas: de trabajar, de divertirse, de relacionarse y de aprender. De modo sutil también están cambiando la forma de pensar.

Indica que las tecnologías de la información y la comunicación han desempeñado un papel fundamental en la configuración de la sociedad y la cultura, y que los medios de comunicación y las tecnologías de la información han desempeñado un papel relevante en la historia humana.

En este artículo se esbozan algunas de las implicaciones que las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están comenzando a tener en la educación. Un enfoque habitual del tema de las nuevas tecnologías y la educación es reducirlo exclusivamente a sus aspectos didácticos, es decir, considerarlas tan sólo un medio más en el bagaje de recursos del docente sin asumir que las

---

<sup>3</sup> REVISTA ELECTRÓNICA EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Número 7. Noviembre de 1997. En: <http://www.uib.es/depart/gte/revelec7.html>

nuevas tecnologías están cambiando el mundo para el que se educa a niños y jóvenes, y que tal vez es necesario redefinir las prioridades de los educadores.

Se desarrolla este enunciado en los siguientes contenidos: La evolución de las tecnologías de la información y la comunicación; las nuevas tecnologías de la información y la comunicación; algunas repercusiones de las nuevas tecnologías, y particularmente para esta investigación, es de importancia citar el quinto capítulo, hacia la sociedad del aprendizaje, donde tratan acerca del aprendizaje a lo largo de toda la vida y cultura general, los nuevos entornos de enseñanza / aprendizaje, los nuevos roles para las instituciones educativas, para docentes y discentes, y nuevos materiales de enseñanza / aprendizaje

Finaliza afirmando que:

*“La "utopía informativa" de la sociedad de la información es que toda la información esté al alcance de cualquiera, en cualquier momento y en cualquier lugar. Acceder, pues, no será el problema. Aunque habrá que pagar precios de mercado por ella. Puede que el verdadero problema de la sociedad de la información sea la saturación y el ruido en todos los canales, la enorme cantidad de paja entre la que tendremos que encontrar el grano, la sobrecarga cognitiva que implica escoger lo importante de entre la masa de información espúrea. Pero la educación es más que poseer información: es también conocimiento y sabiduría, hábitos y valores. Y esto no viaja por las redes informáticas. Los profesores tendremos que redefinir nuestros papeles, sobre todo si seguimos viéndonos a nosotros mismos sólo como "proveedores de información". Y lo haremos en instituciones que asumirán los nuevos canales como medios para proporcionar, también, los servicios que ahora prestan "presencialmente"”.*

Desde otra perspectiva, al interior de los antecedentes, se considera importante citar la “Audiovisualidad y su impacto en la Educación y la Cultura” puesto que el artículo deja entrever la importancia que tiene para un país la optimización de un

medio como la televisión para el desarrollo del mismo a través de propuestas educativas. Como apertura al análisis de éste libro se referencia brevemente el manejo de la televisión comercial y educativa en Colombia.

A partir del surgimiento de la televisión en Colombia, ésta adopta el modelo comercial de desarrollo de la televisión y enmarca mayoritariamente su funcionamiento bajo el régimen de concesión pública y privada que conserva hasta nuestros días. Es dentro de este esquema comercial que la televisión colombiana se desarrolla y donde alcanza hasta ahora su mayor dinámica de expansión e influencia sobre la cultura nacional.

Contraria y paralelamente a esta realidad , aparece de manera muy tardía, a finales de los años sesenta (1,967) Señal Colombia el Canal Público Educativo y Cultural del Estado. Su lenta incorporación al panorama cultural de la nación, provoca que ésta emerja y madure con una personalidad social poco definida, con menor experiencia audiovisual, reducido apoyo económico, bajo nivel de credibilidad en el auditorio, proyecto cultural confuso, mayores presiones burocráticas, menor cobertura geográfica de influencia y grandes contradicciones en sus líneas de dirección, etc.

Complementariamente a las realidades anteriores aparece la televisión universitaria, prácticamente con la conformación del Canal Universitario de Antioquia “Canal U” en 1999 para dar desde las instituciones de educación superior otra respuesta cultural a la población. Así esta emerge, como un ensayo audiovisual con recursos económicos, tecnológicos y humanos que pretende ofrecer otras respuestas culturales al auditorio y que rápidamente se desarrolla aportando grandes contribuciones mentales para el crecimiento espiritual de nuestra sociedad.

El artículo que se cita a continuación no es más que el reflejo de que la situación en Colombia no es diferente a la de muchos países de América Latina

evidenciando que la importancia de un medio de comunicación como la televisión no ha sido suficientemente empleado en pro de la educación, el conocimiento y la cultura.

### **3.3. AUDIOVISUALIDAD, EDUCACIÓN Y CULTURA<sup>4</sup>**

Algunos apartes del artículo referenciado, importantes para la presente investigación, son los siguientes:

“Las propuestas y estrategias sobre compromisos mínimos que exigir a la televisión para la resolución de las deficiencias educativas son prioritarias; al igual que el ingreso de la TV a la escuela para ser resignificada desde allí...

...Más allá de las críticas de los representantes de la comunidad educativa, a los contenidos que la televisión "transmite", y de las experiencias de la televisión educativa, en América Latina los sistemas educativos carecen de propuestas articuladas y explícitas, así como de voluntad de intervención, cuando se trata de definir qué pretenden de la televisión. Sin embargo, tienen ante sí tres campos de acción interrelacionados y deficientemente aprovechados en los cuales pueden realizar significativos aportes: las políticas públicas de radiodifusión, la educación sobre el medio y la educación a través del medio<sup>5</sup>...

#### **...Educación sobre el medio**

La educación en medios de comunicación recibe, en el espacio hispanoparlante, casi tantas denominaciones como proyectos la llevan a cabo. Entre ellas: Educación para los medios de comunicación, Educación para la comunicación,

---

<sup>4</sup> VELLEGLIA, Susana. ¿Que pretende la Educación de la TV?. Revista Chasqui No. 59, septiembre de 1997. Latinoamericana de Comunicaciones.

<sup>5</sup> BAGGALEY y DUCK. 1979

Lectura crítica de la comunicación, Educación para la recepción activa/crítica, Lectura dinámica de signos, Pedagogía de la imagen, Pedagogía de los audiovisuales, Educomunicación, Educación para la alfabetización audiovisual, Pedagogía de los medios, Educación para la televisión. Los principales programas de educación para la recepción activa, llevados a cabo en América Latina, son alrededor de 12. Todos ellos se realizan desde ONG, organizaciones eclesiales e instituciones educativas privadas...

...La escasa preocupación del sistema educativo público por la televisión señalaría la persistencia de una deformación "educacionista": constreñir el sistema de enseñanza a la educación presencial y a los contenidos curriculares, en el supuesto de que la educación transcurre sólo dentro de esos límites. Esta segregación de una porción tan relevante de la cultura cotidiana, supone un extrañamiento de la realidad que, ineludiblemente, afecta a la educación de la sociedad...

...Desde la perspectiva de una educación integral, un aspecto insoslayable de esos cambios es la mediatización creciente de las relaciones sociales. Dentro de ella, la televisión hegemoniza las funciones de consagración, construcción de significados sociales y modelación de la sociabilidad, antes distribuidas en varias instituciones sujetas a diversidad de experiencias, relaciones y funciones comunicativas... La educación sobre el medio ha de incorporarse a la enseñanza formal en sus distintos niveles y no permanecer en los márgenes del sistema.

### **La educación a través del medio**

En este terreno –con aciertos y desaciertos– las instituciones educativas vienen volcando la mayor parte de sus esfuerzos en relación con la televisión. Existen en América Latina programas de apoyo a la enseñanza formal escolarizada, o bien de

extensión. Pero, mientras la oferta de entretenimientos crece en progresión geométrica, la producción de programación educativa no lo hace al mismo ritmo, o bien disminuye...

### **...La cultura es el "medio"**

Enfrentar tales desafíos exige un cambio de mentalidades y actitudes con respecto a la comunicación audiovisual, en primer lugar, de las autoridades y funcionarios que conducen el sistema educativo. Es tiempo ya de comprender que la cultura televisiva se sustenta, tanto en los códigos y recursos técnico-expresivos del lenguaje audiovisual como en los modos de producción-apropiación del campo televisivo, institucional e históricamente modelados, los cuales propician determinadas relaciones con la sociedad y en ella..."

Dentro de los antecedentes se encontró información sobre la producción y emisión de un informativo diario universitario de la Universidad de Murcia, el artículo enriquece éste trabajo porque refleja el impacto que puede tener la televisión educativa en la sociedad de la información y el conocimiento.

#### **3.4. "CANAL UNIVERSITARIO": UNA EXPERIENCIA INNOVADORA DE LA UNIVERSIDAD DE MURCIA EN LA PRODUCCIÓN TELEVISIVA DE UN INFORMATIVO UNIVERSITARIO<sup>6</sup>**

En este estudio se refleja una iniciativa consistente en la realización de un informativo diario de televisión: "Canal Universitario", que se viene emitiendo

---

<sup>6</sup> DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN. CAMPUS UNIVERSITARIO DE ESPINARDO S/N. UNIVERSIDAD DE MURCIA. GARCÍA RIVAS, Marta Isabel y MARTÍNEZ MÉNDEZ, Francisco Javier.

ininterrumpidamente desde finales de septiembre del año 1999 en colaboración con Televisión Murciana. Se ha aprovechado el desarrollo de los sistemas de información electrónica para elaborar una edición digital en Internet, acompañada del diseño y construcción de una base de datos referencial que permite la consulta y visualización de las noticias emitidas. Otra aportación ha sido el desarrollo de un lenguaje controlado para la descripción de las noticias, permitiendo así una mejor recuperación de información. La sinergia de un producto informativo desarrollado originariamente para el formato televisivo con los sistemas de información y de indización, proporciona una interesante aportación de la Universidad de Murcia en el contexto tecnológico de la Sociedad de la Información y del Conocimiento.

Si bien el desarrollo de los sistemas de información electrónicos constituye un considerable avance en la difusión de la información relacionada con una institución académica, superando los problemas de distancia y abaratando costes gracias al extensivo uso de Internet y permitiendo a usuarios individuales o corporativos el acceso a estos datos, las posibilidades que ofrece el medio de la televisión, no se habían explotado suficientemente en el seno de esta Universidad.

Es por ello que, la Universidad de Murcia decidió aportar un nuevo y diferente producto a la Sociedad de la Información, produciendo y emitiendo, en colaboración con *Televisión Murciana*, un informativo diario sobre las actividades que en la misma se desarrollan. Este informativo, cuya denominación es “Canal Universitario”, posee una estructura de diez minutos de duración en los cuales se recogen cuatro o cinco noticias de interés para la comunidad universitaria.

De forma paralela, y continuando con la clara apuesta por la aplicación integral de las diversas Tecnologías de la Información y de la Comunicación, se confecciona diariamente una edición digital de este informativo en la web de la Universidad de Murcia (<http://www.um.es/cu/>), y se gestiona la base de datos SABIO-CU donde se



recogen las referencias a todas las noticias emitidas, previamente indizadas por medio de un tesoro desarrollado específicamente para esta base de datos.

La Universidad de Murcia es una institución plenamente consciente de la necesidad de difundir en su área de influencia prioritaria (su Comunidad Autónoma, uniprovincial en este caso), no sólo la imagen corporativa de la institución, sino mostrar cómo trabajan cotidianamente los profesores y el personal de administración y servicios de la misma en la consecución de sus objetivos docentes e investigadores. Para ello buscó la colaboración de *Televisión Murciana*, un medio de comunicación regional, con el fin de que su programación incluyera un espacio dedicado a la Universidad de Murcia. Así surgió “Canal Universitario”, informativo diario, que a lo largo de sus aproximadamente diez minutos de duración, trata de difundir la actividad docente, estudiantil, y de investigación que se desarrolla en la institución académica murciana.

Con esta iniciativa, la Universidad de Murcia cumple uno de sus objetivos fundamentales: aumentar su grado de incardinación dentro de la sociedad murciana, que es al fin y al cabo quien aporta los recursos económicos a la Universidad. Cabe resaltar que este proyecto no responde a una decisión puntual de un equipo de gobierno, sino que es, entre otras actividades desarrolladas en los últimos años, la plasmación de lo recogido en el documento “Bases para un Plan Estratégico de la Universidad de Murcia”, documento elaborado por la consultora Arthur Andersen por encargo del Consejo Social de la Universidad de Murcia. Este plan director, dentro de las ideas maestras propuestas para la misión estratégica de la institución docente, recoge (en primer lugar) la “necesidad de orientar a la Universidad de Murcia hacia su entorno, centrando sus esfuerzos en lograr que la sociedad murciana crea en su institución y quiera estudiar en ella por la excelencia de su docencia, investigación y por la calidad de sus servicios universitarios”. Con este objetivo, un equipo formado por trabajadores de *Televisión Murciana* y de la propia Universidad, trata de acercar a esa sociedad la

tarea cotidiana de la comunidad universitaria, para que la conozca mejor y sepa valorar, con una nueva perspectiva y con mayores elementos de juicio, su funcionamiento.

Algunos contenidos del documento tienen que ver con: Estructura del informativo universitario, contenidos, gestión de la información, la web de “Canal Universitario”, la base de datos, el tesoro de “Canal Universitario”, entre otros.

La principal conclusión sobre este informativo universitario, no es otra que la simple constatación de que el mismo se ha convertido en una realidad, demostrándose que una Universidad es capaz de generar la suficiente actividad para producir las noticias necesarias, llegando incluso, en algunas épocas, a verdaderos desbordamientos de información.

La segunda conclusión es que gracias a la emisión de “Canal Universitario”, la Región de Murcia ha aumentado el conocimiento que tenía sobre la Universidad de Murcia, con lo cual se está cumpliendo el objetivo prioritario que puso en marcha esta iniciativa.

Otro aspecto muy importante, que no se puede dejar de resaltar, es el alto grado de confluencia que distintas áreas de conocimiento científico han mostrado en la puesta en marcha de este informativo y de su edición digital: Periodismo, Documentación y las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Estas sinergias positivas que se desprenden (y que se desprenderán en un futuro inmediato) han contribuido a generar un nuevo producto de la Universidad de Murcia para la Sociedad de la Información y del Conocimiento.

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

La novedad de la implementación de un canal de televisión universitario a través de una propuesta de comunicación formativa, radica en que no se han identificado en el país, los diferentes elementos y criterios que permitan implementar canales universitarios con énfasis en la comunicación educativa, que sean satisfactorios para el receptor.

La presente investigación es importante, al ser la comunicación el instrumento por excelencia para la transmisión de conocimientos en una comunidad; es imposible que cada individuo o grupo de individuos se pueda comunicar con todos los miembros, por lo que mediante un intercambio de información a través de canales estructurados se permiten una regularidad y racionalidad adecuados. Desde este punto de vista, la comunicación formal determina el canal que hay que seguir para lograr la cobertura esperada; por pretender en este caso implementar un formato de comunicación formativa que ayude a cumplir la función formadora de la televisión, como medio masivo de comunicación.

La elaboración del proyecto, como trabajo académico, permite a la investigadora, estudiante de la Maestría en Administración, integrar los conceptos de diferentes disciplinas con aquellos propios de la Administración, y a través de una prueba piloto integrada a los conceptos propios de una investigación de este tipo, llevarlos a un nivel más profundo de análisis.

Igualmente da parámetros bajo los cuales en la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, y en otros programas de Postgrado y Maestría de otras facultades y universidades, se puedan desarrollar nuevas iniciativas relacionadas que profundicen en la temática, pudiendo llegar a formularse estrategias de

comunicación formativa para informar con suficiencia y calidad a las comunidades académicas en forma directa, y a la comunidad en forma indirecta, a través de un canal universitario de televisión, sobre diferentes temáticas para mejorar la calidad de vida de las sociedades.

La investigación permite como aportes disciplinares: Mediante el enfoque de la Administración, entender la importancia del diseño organizacional, administrativo y operativo de un canal de televisión como recurso educativo, y el proceso de gestión requerido para su implementación; frente a la Comunicación Social, se dan elementos que soportan un modelo de comunicación formativa en los medios masivos de comunicación como la televisión; la Ética y el Derecho, al interactuar entre ellas, permiten formular lineamientos para la función educativa en el marco de la regulación de la televisión en Colombia; como aporte a la Sociología, se puede clarificar el tipo de información recibida por el televidente mediante la programación formativa, y su incidencia en la comunidad, para satisfacer sus necesidades, expectativas y deseos en cuanto a educación, reflejadas en el mejoramiento de la calidad de vida.

Cabe señalar que la investigadora tiene amplia experiencia en el sector de televisión comercial y educativa, el cual es un factor decisivo para seleccionar el tema investigado, dado que se aprovecha la trayectoria en el medio para integrar los conceptos de comunicación televisiva al componente práctico de la investigación.

En última instancia, y ampliando el alcance de la presente investigación, el gran beneficiado sería la comunidad a través del televidente, al contar con una programación educativa que le permita mejorar su calidad de vida con conocimientos generales y específicos que pueda aplicar en su vida cotidiana, y tener mayor integración en actividades propias del ente transmisor.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1 MARCO CONCEPTUAL

Para desarrollar la presente investigación, la autora debió apoyarse entre otros conceptos, en el de comunicación, el cual Contreras y Tacoronte<sup>7</sup>, definen como sigue:

*“La palabra Comunicación proviene del latín **communis** que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances han conservado el especial significado de un término griego (el de Koinoonia) que significa a la vez comunicación y comunidad. También en castellano el radical común es compartido por los términos comunicación y comunidad. Ello indica a nivel etimológico la estrecha relación entre “comunicarse” y “estar en comunidad”. En pocas palabras, se “está en comunidad” porque “se pone algo en común” a través de la “comunicación”.*

Antonio Pasquali (1978) afirma que *“la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su esencial ingrediente estructural, y que donde no hay comunicación no puede formarse ninguna estructura social”*. Para Pasquali el término comunicación debe reservarse a la interrelación humana, al intercambio de mensajes entre hombres, sean cuales fueren los aparatos intermediarios utilizados para facilitar la interrelación a distancia. Luego de un gran esfuerzo de abstracción definitoria concluye considerando a la comunicación como:

---

<sup>7</sup> CONTRERAS, Hectony y TACORONTE, Arturo. Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional: caso Banco de Venezuela/ grupo Santander. En: <http://www.monografias.com>

*“la relación comunitaria humana consistente en la emisión-recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad, siendo por ello un factor esencial de convivencia y un elemento determinante de las formas que asume la sociabilidad del hombre”.*

Para que haya comunicación es necesario un sistema compartido de símbolos referentes, lo cual implica un intercambio de símbolos comunes entre las personas que intervienen en el proceso comunicativo. Quienes se comunican deben tener un grado mínimo de experiencia común y de significados compartidos Fernández (1999).

*En cuanto a su propósito, Aristóteles en sus tiempos deja muy claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista. Berlo (1979) afirma que nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente a otras personas. De igual modo afirma que **“nuestro fin básico (al comunicarnos) es alterar la relación original existente entre nuestro organismo y el medio que nos rodea”.***

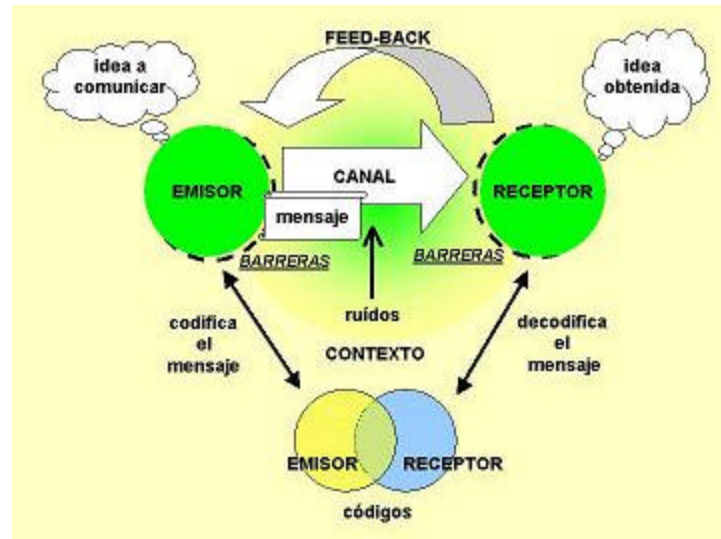
Para Hernández y Ospina la comunicación “es la relación de signos entre personas, (la comunicación no necesariamente implica el lenguaje oral). Es uno de los fenómenos esenciales de la vida social, sin la cual esta sería imposible” (Hernández y Ospina, 1997 Pg. 11).

### **Proceso de comunicación y sus elementos o componentes básicos:**

La comunicación se manifiesta por etapas sucesivas y no simultáneas o sincrónicas, motivo por el cual, una vez definida, resulta procedente describirla en sus fases o elementos constitutivos como un proceso, esto es, como fenómeno

que se descompone en etapas mas o menos regulares y secuenciales, teniendo en cuenta la dinámica de movimiento que relaciona los elementos entre sí en todo proceso comunicacional.

El proceso de comunicación se esquematiza como sigue:



Fuente: Dr. Pere Marqués Graells, 1995

**EMISOR**<sup>8</sup>: la persona que quiere transmitir una información (hechos, ideas, sentimientos, deseos). Para poder transmitir esta información tendrá que codificarla en un lenguaje y convertirla en un mensaje.

**CÓDIGO**<sup>9</sup>: el lenguaje con el que se elabora el mensaje.

**MENSAJE**<sup>10</sup>: la información (ya codificada) que quiere transmitir el emisor.

**CANAL**<sup>11</sup>: soporte físico en el que se transmite el mensaje.

<sup>8</sup> MARQUÈS, Pere. Introducción al Lenguaje Audiovisual. Departamento de Pedagogía Aplicada. Facultad de Educación. UAB, 1995. En: <http://dewey.uab.es/pmarques>

<sup>9</sup> Ibid.

<sup>10</sup> Ibid.

**CONTEXTO**<sup>12</sup>: circunstancias que rodean la comunicación.

**RECEPTOR**<sup>13</sup>: destinatario del mensaje. Para interpretarlo será necesario que lo decodifique. Por lo tanto el receptor tendrá que conocer el lenguaje que el emisor ha utilizado para elaborar el mensaje.

Otros conceptos sobre teoría de la comunicación que debieron considerarse fueron los siguientes:

**Tipos de Comunicación**<sup>14</sup>:

- **Comunicación lateral**: según algunos autores, esta comunicación en sentido único puede resultar más rápida dado que le proporciona al emisor por un lado cierta seguridad psicológica y protege su poder e independencia manteniendo cierta distancia con los receptores. Ahora bien, como el emisor no puede saber si el receptor ha captado correctamente su mensaje, hay un gran riesgo de que la información comunicada sea imprecisa y esto puede repercutir en que la tarea sea realizada de manera incorrecta. En conclusión, la comunicación en sentido único corre el riesgo de no ser comunicación en lo absoluto ya que comunicar no es sólo enviar una información y llegar al objetivo sino también es estar seguro que realmente ha llegado al interesado y éste la ha comprendido.
  
- **Comunicación recíproca**: en este tipo de comunicación el emisor da un mensaje, el receptor puede hacer preguntas y dar su opinión lo cual garantiza que el mensaje llegue con mayor precisión y exactitud. La comunicación recíproca significa la instauración de feedback entre los interlocutores de iguales

---

<sup>11</sup> Ibid.

<sup>12</sup> Ibid.

<sup>13</sup> Ibid.

<sup>14</sup> Ibid.



o diferentes niveles jerárquicos. Cuanto más recíproco y tolerante es el clima de la comunicación, hay menos riesgo de que el contenido de los mensajes sea alterado y es más abundante la información. La experimentación muestra que este método puede ser ruidoso y desordenado apareciendo en las organizaciones bajo la forma de feedback parásito.

## **Modelos de Comunicación**

A lo largo de la historia la definición de comunicación ha variado innumerablemente. El mundo de hoy se mueve bajo una ley tácita de la sociedad moderna: quien esté informado gana. Es por eso que siendo la comunicación en su definición más sintetizada, el traspaso de datos entre un receptor y un emisor los medios de comunicación se hacen base de las estructuras sociales actuales. Para lograr comprender en su totalidad los usos que se dan a la información, es necesario analizar algunos modelos de comunicación que han surgido gracias al estudio que diferentes disciplinas han realizado, tomando como campo de estudio la comunicación. En párrafos anteriores se definió el modelo físico, el cual se resume en el intercambio de información, si es claro que el canal televisivo propuesto al interior de este trabajo busca además de brindar o intercambiar información, ser un recurso pedagógico de calidad, coherente, abierto, que facilite y propicie el conocimiento y que además propenda por el fortalecimiento de la convivencia y los valores fundamentales, se está ya incursionando en el ámbito psicológico, sociológico y antropológico, en cuanto se busca influir sobre la conducta y actitud de la audiencia, teniendo en cuenta para ello derechos éticos y de libertad de expresión..

Se toman en cuenta los siguientes modelos:

- Modelos psicológicos
- Modelos sociológicos

- Modelos antropológicos
- Modelos socio-psicológicos

## MODELOS PSICOLOGICOS<sup>15</sup>

Estos modelos tratan de relacionar la parte física de la comunicación con los procesos mentales de las personas que se comunican. Entre los más conocidos están los de Osgood, Hovland y Berlo. Menos conocido es el enfoque de Donald Stewart.

El modelo de Berlo que fue difundido profusamente en la América Latina gracias a la publicación de su libro "El Proceso de la Comunicación" por la Agencia de Desarrollo Internacional, utiliza los elementos básicos de Shannon y Weaver (fuente, mensaje, medios y receptor) pero destaca algunas de las características psicosociales intervinientes.

El modelo de Hovland fue preparado con la intención casi exclusiva de organizar los elementos y variables del cambio de actitud producido por la comunicación social. Entre los enfoques de la comunicación que destacan sus aspectos psicológicos, se incluye el de Donald Stewart, quien distingue claramente dichos aspectos de los aspectos puramente físicos de la comunicación.

Señala Stewart que tanto las señales naturales como los símbolos comparten la misma propiedad física. Pero para que estas señales y símbolos contribuyan a la comunicación, ellos deben transformarse en ideas. Sólo así ello. Tendrán sentido para la persona.

"Si es que las ideas realmente existen, son las mentes individuales las que las poseen. La implicación, es, por tanto, que "sentido" es una función de las ideas".

---

<sup>15</sup> CASTAÑO, Germán A. "Comunicación". Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)

Stewart define la comunicación como "un proceso físico-mental cuya función es el enunciado de significados con sentido", el objetivo primordial de la comunicación es que el receptor enuncie el sentido pretendido. Sentido es la expresión usada para describir el estado de espíritu en que ciertas ideas se asocian o yuxtaponen armoniosamente con otras. Solamente las ideas son objetos del sentido. Los fenómenos físicos como palabras, mesas y silla, no pueden tener sentido en sí. El sentido es propiedad eminentemente humana, de la mente. El énfasis dado por Stewart a la idea de sentido como producto de dos o más ideas que existen en una armoniosa yuxtaposición o relación, le lleva a destacar la importancia de la lógica que Stewart supone ser una cualidad innata de la mente humana. En consecuencia, para entender el proceso de la comunicación no basta con entender la manipulación de signos y medios, sino también debemos comprender el funcionamiento lógico de la inteligencia. En este sentido, Stewart se aproxima significativamente a la epistemología genética de Jean Piaget.

## MODELOS SOCIOLÓGICOS<sup>16</sup>

Uno de los más conocidos tal vez sea el de los esposos Riley que presenta la comunicación como un fenómeno social que ocurre ciertamente entre personas, pero sin olvidar que éstas son miembros de grupos primarios, los cuales a su vez parten de estructuras sociales mayores. Las propias estructuras sociales, para los Riley, constituyen segmentos del sistema social global, es decir, de la sociedad en su conjunto.

## MODELOS ANTROPOLÓGICOS<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> CASTAÑO, Germán A. "Comunicación". Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)

Levi Strauss extendió su descubrimiento a otras áreas de la vida social y llegó a distinguir, de acuerdo a Verón, tres niveles de comunicación social: comunicación de mensajes, "esto es, todos los productos simbólicos que operan sobre la base del lenguaje o de algún sistema codificado de signos"; comunicación de mujeres, "las formas de organización del parentesco y el intercambio matrimonial", y la comunicación de bienes, que equivale a la economía.

En síntesis, debemos a levi-strauss y a su "antropología estructural" una iluminación muy penetrante del papel de la comunicación como el instrumento fundamental de la organización de los componentes culturales, como auxiliar indispensable de la lógica inherente a la razón humana, sea de pueblos llamados "primitivos" o de sociedades llamadas "desarrolladas o modernas".

1. Interacción
2. Asociación
3. Subsistencia
4. Bisexualidad
5. Territorialidad
6. Temporalidad
7. Aprendizaje
8. Juego
9. Defensa
10. Explotación (uso de materiales).

---

<sup>17</sup> CASTAÑO, Germán A. "Comunicación". Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)

## MODELO SOCIO-PSICOLÓGICOS<sup>18</sup>

En esta categoría incluimos aquellos modelos en que al mismo tiempo que se toman en consideración factores personales de los comunicantes se toman en cuenta las relaciones entre dos o más personas. así tenemos el modelo "funcional" de Ruesch y Bateson, psicólogo y antropólogo, respectivamente, que establece cuatro niveles de comunicación:

- Intrapersonal
- Interpersonal
- Cultural
- Grupal

Todos estos niveles, son contemplados desde el punto de vista del observador externo del proceso, ya que la intención de los autores es aplicar el modelo al campo de la psiquiatría pues, para ellos, "las anomalías de la conducta son consideradas como disturbios de la comunicación". en resumen, en cuanto Ruesch y Bateson afirman que la comunicación es la matriz de la psiquiatría, Mead sostiene algo todavía más radical: que sin la comunicación, el hombre no podría formar su personalidad, que es un producto social que se gesta mediante la interacción con los demás.

### **Barreras de la comunicación**

Se considera importante conocer algunas de las barreras de la comunicación para implementar un canal en un lenguaje sencillo y con un alto contenido audiovisual que permita abarcar el amplio y contradictorio espectro de los gustos e intereses

---

<sup>18</sup> CASTAÑO, Germán A. "Comunicación". Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)

de la audiencia, creando una estructura y un lenguaje televisivo válido para la generación de hoy. Es importante comprender las diferencias que existen entre lenguaje televisivo y la educación formal como instrumentos para transmitir saberes y estructura formas de pensamiento.

- **Segregación adaptativa:** tiende a conservar las comunicaciones entre grupos en un nivel óptimo por el uso de barreras selectivas. Este tipo de barreras le evita al usuario una búsqueda fastidiosa del servicio susceptible de resolver su problema y permite que los otros servicios no sean molestados inútilmente.
- **Segmentación inadaptada:** consiste en erigir barreras contra la comunicación como defensa contra los stress entre grupos impidiendo la transmisión de informaciones importantes. Este proceso cumple una función similar al aislamiento dado que consiste en proteger a los individuos y grupos evitándoles un enfrentamiento que implicaría a la vez tensión, reconocimiento mutuo y favorecería una estrategia de poder basada en la independencia.

Algunos ejemplos de las barreras mencionadas pueden ser los siguientes:

- **Falta de planeación:** con demasiada frecuencia las personas empiezan a hablar y escribir sin primero pensar, planear, y definir el propósito del mensaje. Sin embargo, conocer las razones de una directiva, seleccionar el canal más idóneo y elegir el momento apropiado, pueden mejorar enormemente el entendimiento y reducir la resistencia al cambio.
- **Mensajes mal expresados:** la idea del emisor podrá perder claridad si se escogen mal las palabras, hay omisiones, incoherencia, una mala organización de ideas, etc. Esta falta de precisión puede evitarse con un mayor cuidado al codificar el mensaje.

- **Pérdida por la transmisión o mala recepción:** en una serie de transmisiones de una persona a la siguiente, el mensaje va perdiendo precisión. La mala retención de información es otro problema grave, esto hace necesario la repetición del mensaje y el uso de varios canales de comunicación.
- **Falta de atención y evaluación prematura:** escuchar exige una total atención y autodisciplina, significa evitar una evaluación prematura de lo que otra persona tiene que decir. Una tendencia común es juzgar, aprobar o rechazar lo que se dice, en lugar de tratar de entender el marco de referencia de quien habla.
- **Desconfianza, amenazas y temor:** en un clima que contenga estas fuerzas, cualquier mensaje será visto con escepticismo. La desconfianza puede ser resultado de una conducta inconsistente por parte del superior o puede deberse a experiencias pasadas en la que el subordinado fue castigado por proporcionar honestamente información desfavorable pero verdadera en el sentido, a la luz de las amenazas, que pueden ser reales o imaginarias, las personas tienden a ser más rígidas, a estar a la defensiva, a distorsionar la información. Lo que se necesita es un clima de confianza, que facilite la comunicación franca y abierta.
- **Período insuficiente de ajuste al cambio:** el propósito de la comunicación es realizar cambios y éstos afectan a las personas de diferentes maneras, por ello es importante no forzar el cambio antes de que las personas puedan ajustarse a sus implicaciones.

- **Sobrecarga de información**<sup>19</sup>: el hombre responde a la sobrecarga de información ignorándola ó no comunicándola, por ello la filtración puede ser útil cuando la información más urgente e importante se procesa primero y los mensajes menos importantes reciben menor prioridad”.
- **Otras barreras a la comunicación**<sup>20</sup>: En el caso de la percepción selectiva los individuos tienden a perseguir lo que esperan percibir en la comunicación esto significa que oyen lo que quieren oír e ignoran otra información relevante. La influencia de la actitud, la predisposición actuar o no actuar de cierta manera, se trata de una postura mental respecto de un hecho o situación. Es obvio que si la gente ya se ha formado determinada opinión, no podrá escuchar objetivamente lo que se le diga. Las diferencias de categoría y poder entre el emisor y receptor de la información asimismo, cuando la información debe atravesar varios niveles de la jerarquía organizacional tienden a sufrir distorsiones.
- **Supuestos confusos**<sup>21</sup>: A pesar de su gran importancia, suelen pasarse por alto los supuestos no comunicados en los que se ve un mensaje. Por poner un ejemplo, un cliente le envía a un proveedor una nota en la que le informa que visitara su planta. El cliente puede suponer por ese solo hecho que el proveedor lo recibirá en el aeropuerto, le reservara una habitación en un hotel, resolverá sus necesidades de transporte y preparara una revisión detallada del programa en la planta. Pero, por su parte el proveedor puede suponer que el principal motivo de la visita del cliente a la ciudad es asistir a una boda, por lo

---

<sup>19</sup> CASTAÑO, Germán A. “Comunicación”. Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)

<sup>20</sup> CASTAÑO, Germán A. “Comunicación”. Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)

<sup>21</sup> CASTAÑO, Germán A. “Comunicación”. Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)



tanto, hará una visita rutinaria a la planta. Estos supuestos no aclarados por ambas partes pueden resultar en confusión y pérdida de la buena voluntad.

- **Distorsión Semántica<sup>22</sup>**: Otra barrera a la comunicación efectiva es la distorsión semántica, la cual puede ser deliberada u occidental. El anuncio de que “vendemos por menos” es deliberadamente ambiguo; suscita la pregunta: ¿menos de que? Las palabras pueden provocar reacciones distintas. Para algunas personas el término “gobierno” puede significar inferencia o gasto deficitario. Pero para otras puede significar ayuda, trato igual y justicia.
- **Barreras a la comunicación en el ámbito internacional<sup>23</sup>**: La comunicación en el ámbito internacional es todavía más difícil a causa de la diferencia de idiomas, culturas y normas de cortesía. Traducir lemas publicitarios es muy riesgoso. El lema de Exxon “ponga un tigre en su tanque” fue muy eficaz en estado unido, pero es un insulto para la población de Tailandia. Los colores tienen diferentes significados en cada cultura. El negro se asocia por lo general con la muerte en muchos países occidentales, mientras que en el lejano Oriente el color del duelo es el blanco. Para librar las barreras a la comunicación en el ámbito internacional, grandes empresas han debido tomar ciertas medidas.

Dado que la televisión es un medio netamente audiovisual, no podía abordarse la presente investigación sin tener en cuenta los conceptos de lenguaje audiovisual, y todo lo que ello implica:

---

<sup>22</sup> CASTAÑO, Germán A. “Comunicación”. Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)

<sup>23</sup> CASTAÑO, Germán A. “Comunicación”. Tomado de:  
[www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)

## “EL LENGUAJE AUDIOVISUAL”

El lenguaje audiovisual, como el lenguaje verbal que utilizamos ordinariamente al hablar o escribir, tiene unos elementos morfológicos, una gramática y unos recursos estilísticos. Está integrado por lo tanto por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que nos permiten comunicarnos con otras personas. Sus características principales son:

<p style="text-align: center;"><b>LENGUAJE AUDIOVISUAL: CARACTERÍSTICAS GENERALES</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Sistema de comunicación</li><li>• Multisensorial (visual y auditivo)</li><li>• Promueve un proceso paralelo de la información (experiencia unificada)</li><li>• Uso intenso del hemisferio cerebral derecho</li><li>• Sintético (encadenamiento de mosaico)</li><li>• Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto (impacto emotivo)</li></ul>
---

- Es un sistema de comunicación multisensorial (visual y auditivo) donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales.
- Promueve un procesamiento global de la información que proporciona al receptor una experiencia unificada.
- Es un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto.

- Moviliza la sensibilidad antes que el intelecto. Suministra muchos estímulos afectivos que condicionan los mensajes cognitivos. "Opera de la imagen a la emoción y de la emoción a la idea" (Eisenstein).

Está claro que los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación (vale más una imagen que 1.000 palabras), resultan motivadores y aproximan la realidad a las personas. Por lo tanto, su utilización en los entornos educativos resulta muy recomendable. Ahora bien hay que ser crítico frente a la alienación que genera un consumo masivo, disperso e irreflexivo de imágenes. Umberto Eco ya nos advierte: "La civilización democrática sólo se salvará si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica y no una invitación a la hipnosis".

En el lenguaje audiovisual, como en los lenguajes verbales, se pueden considerar diversos aspectos o dimensiones:

- **Aspectos morfológicos.**
- **Aspectos sintácticos.**
- **Aspectos semánticos.**
- **Aspectos estéticos.**

Además de la función narrativa-descriptiva y semántica, todos los elementos formales de un producto audiovisual tienen una función estética.

- **Aspectos didácticos.** Cuando el material audiovisual tenga una intencionalidad pedagógica, además considerará la inclusión de recursos didácticos que faciliten la comprensión y aprendizaje de sus contenidos. Entre los RECURSOS DIDÁCTICOS que facilitan la comprensión y la asimilación de los contenidos de los mensajes audiovisuales se pueden destacar: los organizadores previos, los resúmenes, la formulación de preguntas, que aseguran más los aprendizajes y mantienen la atención...

## LENGUAJE AUDIOVISUAL:

### DIMENSIONES

- **Morfológica**
  - Elementos visuales: Figurativos, esquemáticos, abstractos
  - Elementos sonoros: Voz, música, efectos, silencio
- **Estructural, sintáctica, expresiva**
  - Planos, ángulos, composición, profundidad de campo
  - Ritmo, continuidad, signos de puntuación,...
  - Iluminación, colores, intensidad de sonido, textos,...
  - Movimientos del objetivo: Físicos, ópticos
- **Semántica**
  - Significado de los elementos morfosintácticos
  - Recursos estilísticos y recursos didácticos
- **Estética**

A continuación se analizan con más detalle las tres primeras dimensiones.

### ASPECTOS MORFOLÓGICOS

De la misma manera que cuando elaboramos mensajes con los lenguajes verbales utilizamos nombres, verbos, adjetivos y otros elementos morfológicos, los mensajes audiovisuales se construyen utilizando los siguientes elementos morfológicos:

- **Elementos visuales, LAS IMÁGENES.** Sus elementos básicos son: puntos, líneas, formas y colores. Con estos elementos las imágenes pueden representar

cosas que existen y también cosas que nunca han existido. Las principales **características de las imágenes** son las siguientes:

- **Iconicidad o abstracción:** según que las imágenes sean o no un reflejo de la realidad:

- **Figurativas** (tratan de representar fielmente la realidad; p.e. una fotografía)

- **Esquemáticas o simbólicas** (tienen alguna similitud con la realidad; p.e. un icono que indica donde están las escaleras de un almacén)

- **Abstractas** (su significado viene dado por convenciones: p.e. las palabras de un rótulo)

No obstante las imágenes nunca serán la realidad ya que diversos factores (encuadre, luz...) pueden modificarla. La máxima iconicidad la tienen los objetos, la máxima abstracción la encontramos en las ecuaciones y textos.

- **Denotación y connotación.** Las imágenes difícilmente serán monosémicas, generalmente serán más o menos polisémicas según su ambigüedad, capacidad de sugestión y posibles interpretaciones que susciten.

- **Simplicidad o complejidad.** Dependerá de su iconicidad, organización y relación entre los elementos, el contexto...Las imágenes complejas (que no siempre deben su complejidad al hecho de tener muchos elementos) requieren más tiempo y más atención para su análisis.

- **Originalidad o redundancia:** según que sus elementos sean nuevos o ya muy utilizados y conocidos (estereotipos). Una imagen demasiado original puede ser difícil de interpretar por el receptor.

- **Elementos sonoros.** Distinguimos:

- Música.
- Efectos de sonido.
- Palabras.
- Silencio.

En cualquier caso, **las funciones de los elementos morfológicos** son básicamente tres:

- Informativa, testimonial, formativa...
- Recreativa, expresiva...
- Sugestiva: publicidad (relacionada con las cosas), propaganda (relacionada con las ideas y los valores de las personas).

## **ASPECTOS SINTÁCTICOS**

Para construir un mensaje verbal, no es suficiente mezclar una serie de nombres, verbos y adjetivos, hay que seguir unas normas sintácticas que permitirán elaborar frases significativas. De la misma manera, cuando creamos un mensaje audiovisual tenemos que seguir unas normas sintácticas que, además, podrán influir poderosamente en el significado final de nuestro mensaje. Los principales aspectos sintácticos a considerar son:

**PLANOS:** Plano es todo el conjunto de condiciones de formato, cuadro, ángulo, etc. y los conceptos de duración como el ritmo y la relación con otras imágenes. El plano es la unidad fílmica más importante del lenguaje audiovisual y también podemos decir que es la unidad mínima. Durante un rodaje o grabación un término equivalente a plano, es una toma. La toma designaría un punto de vista de un encuadre sobre una acción durante un tiempo. La diferencia entre plano y toma es

que de un plano podemos hacer diferentes tomas. El plano necesita de otros para obtener significación, a no ser que se trate de un plano secuencia. Algunos de ellos son:

**Plano general (P.G.).** Es un plano entero de conjunto, principalmente muestra actividad y también es descriptivo y ubica espacialmente al espectador.

**Plano americano (P.A.).** Es también llamado de  $\frac{3}{4}$ , acentuamos la relación del espectador con el personaje, da mayor intencionalidad y más detalle.

**Plano medio (P.M.).** Se da importancia a lo que se narra y se aprecia con claridad la expresión del personaje.

**Primer plano (P.P.).** Se concentra toda la acción en el personaje y enfatiza la dramatización.

**Plano detalle (P.D.).** Suele captar parte de un objeto concreto o parte de un rostro, por ejemplo, los ojos.

La elección de cada tipo de plano viene determinado por el dramatismo que queremos presentar los planos se enfocan desde una altura normal, horizontal, normalmente a la altura de los ojos, pero si alteramos el ángulo, obtenemos otras variaciones.

**Plano picado.** Aplasta a la persona en función de la distancia a la que esté situada dramática podemos decir que la subordina a otra.

**Plano contrapicado.** Engrandece al personaje.

Todos pueden ser combinados y tienen una gran importancia en la narración Hay otro tipo de plano que no es plano como tal sino más bien una posición o tiro de cámara, se trata de la cámara subjetiva y muestra la visión de un personaje.

**ÁNGULOS.** Cuando se habla de angulación o punto de vista se considera el ángulo imaginario que forma una línea que sale perpendicular al objetivo de la cámara y que pasa por la cara del personaje principal. Según la posición de la cámara el ángulo mediante el cual el objetivo captará los personajes se denomina:

**Ángulo Normal.** Se obtiene cuando una línea perpendicular al objetivo de la cámara incide en perpendicular sobre la cara del personaje. En este caso, la cámara estará situada aproximadamente a la altura de la mirada de la persona. El ángulo normal por sí mismo no proporciona ningún valor expresivo especial a parte del que aporten los demás elementos sintácticos utilizados (tipos de plano, colores dominantes...). El ángulo normal es el que se utiliza normalmente. Denota una situación de normalidad.

**Picado.** El ángulo picado (vista de pájaro) se obtiene cuando la cámara realiza un encuadramiento desde arriba hacia abajo.

El ángulo picado añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje o objeto enfocado aparece más pequeño en relación al entorno. Denota inferioridad, debilidad, sumisión del personaje.

**Contrapicado.** El ángulo contrapicado (vista de gusano) se obtiene cuando la cámara realiza un encuadramiento de abajo hacia arriba. Al ángulo contrapicado añade un fuerte valor expresivo a las imágenes ya que, por razones de perspectiva, el personaje queda engrandecido, potenciado, de manera que parecerá más grande y poderoso.

**Inclinación Lateral.** Cuando se sitúa la cámara con una inclinación lateral las imágenes aparecerán inclinadas.



La inclinación lateral de las imágenes añade un valor expresivo de inestabilidad y de inseguridad que a menudo se utiliza cuando se aplica la técnica de la cámara subjetiva.

También se pueden considerar el **ángulo frontal** y el **ángulo lateral**, que dependerán de que la cámara se coloque delante mismo de los personajes o lateralmente (a su derecha o a su izquierda).

**COMPOSICIÓN.** Se denomina COMPOSICIÓN a la distribución de los elementos que intervienen en una imagen dentro del encuadramiento que se realiza a partir del formato de la imagen y de acuerdo con la intencionalidad semántica o estética que se tenga.

**SIMETRÍA.** Se produce cuando en un encuadre aparece repetido un elemento de manera que uno de ellos parece el reflejo del otro en un espejo. Las composiciones muy simétricas resultan agradables, dan una sensación de estabilidad, pero pueden resultar monótonas. Las composiciones asimétricas son más dinámicas, producen una sensación de inestabilidad y pueden generar más tensión dramática. Al componer las imágenes hay que asegurarse que los espectadores centren su atención en los lugares convenientes y no miren demasiado los elementos secundarios.

**ILUMINACIÓN.** Además de su valor funcional, la ILUMINACIÓN tiene un valor expresivo ya que puede resaltar o suprimir formas y crear una atmósfera determinada que produzca muy diversas sensaciones. Se pueden distinguir dos tipos básicos de iluminación: iluminación suave y iluminación dura. Las tomas interiores exigen crear luminosidad y contraste. Para conseguirlo se usan 4 fuentes de luz:

- Iluminación principal.
- Iluminación de relleno.

- Iluminación posterior.
- Iluminación de fondo.

Las tomas exteriores, sobre todo en días soleados, exigen controlar el contraste existente mediante el uso de reflectores que suavicen las sombras. Los días nublados son los mejores para hacer registros exteriores ya que la luz es más suave y uniforme y genera menos contraste.

**ILUMINACIÓN SUAVE.** O iluminación tonal es una iluminación difusa que reduce los contrastes excesivos y permite apreciar bien los detalles a la sombra. Se puede conseguir compensando adecuadamente la iluminación principal (interior o exterior) con reflectores o focos de relleno. Es una iluminación plana, igualada y menos dramática que la iluminación dura, y proporciona una apariencia agradable a las personas.

**ILUMINACIÓN DURA.** La ILUMINACIÓN DURA o iluminación de claro y oscuro, es una iluminación direccional que sirve para destacar las formas y los contornos de las personas y los objetos. Produce un fuerte contraste. Se consigue utilizando una potente iluminación principal con una débil iluminación de relleno. Cuando se utiliza una iluminación dura las personas pueden aparecer con una imagen amenazadora.

**MOVIMIENTOS DE LA CÁMARA.** Los movimientos de la cámara pueden ser físicos u ópticos:

**Movimientos físicos:**

**PANORÁMICA.** Consiste en un movimiento de rotación de la cámara hacia la derecha y hacia la izquierda. Normalmente la cámara está situada sobre un trípode y gira alrededor de su eje. Tiene un gran valor descriptivo y también puede tener valor narrativo. Podemos distinguir:

- panorámica horizontal: movimiento de rotación lateral.
- panorámica vertical: movimiento de rotación de arriba a bajo o viceversa.
- panorámica de balanceo: movimiento de balanceo. En forma de cámara subjetiva, puede representar lo que ve una persona en estado ebrio.

**TRAVELING.** Consiste en un desplazamiento de la cámara. Tiene un gran valor expresivo, da relieve y perspectiva narrativa. También puede aportar un valor narrativo. Hay diversos tipos de traveling:

- avance/retroceso: según que la cámara avance desde un sitio lejano a uno más cercano o al revés.
- ascendente/descendente: la cámara acompaña al personaje en movimientos hacia arriba o hacia abajo.
- lateral: la cámara acompaña en paralelo a un personaje que se desplaza horizontalmente. Permite mantener cerca la expresión del personaje que se mueve.
- circular: la cámara se desplaza en círculo alrededor del personaje. Finalidad romántica o simbólica de encierro.

Se acostumbra a hacer situando la cámara en una vagoneta con ruedas que se mueve sobre un carril de hierro.

### **Movimientos ópticos:**

**ZOOM.** El movimiento de ZOOM se realiza con las cámaras que tienen objetivos variables, es decir, objetivos zoom. Permite hacer que los objetos se acerquen o se alejen sin desplazar la cámara. También se llama traveling óptico. Hay que tener presente pero que a diferencia del traveling, con el zoom los objetos que se acercan se comprimen.

Hay que evitar abusar del zoom, ya que los excesivos movimientos de acercamiento y alejamiento de las imágenes cansarán al espectador.

## **ASPECTOS SEMÁNTICOS**

Además de las funciones narrativa-descriptiva y estética, todos los elementos formales de un producto audio-visual tienen una función semántica. El significado de los elementos morfosintácticos de una imagen depende de su articulación dentro del mensaje que se quiere transmitir. Hay que considerar:

- **El significado denotativo** (objetivo), propio de la imagen. No obstante hay que considerar que en un audiovisual, el significado de cada elemento depende del anterior y del siguiente ( $1+1=3$ ). "Dos imágenes juntas crean una tercera totalmente diferente" (Eisenstein ).

- **Los posibles significados connotativos** (subjetivos), que dependen de las interpretaciones que haga el lector. Así, las imágenes acostumbran a ser polisémicas (tienen más de un significado), y también pueden darse casos de sinonimia (elementos diferentes pero que tienen un significado parecido). El uso de **RECURSOS ESTILÍSTICOS** contribuye a modificar el significado denotativo de los elementos del mensaje.

## **FUNCIONES DIDÁCTICAS DE LA IMAGEN**

A partir de las aportaciones de Rodríguez Diéguez (1977) y Santos Guerra (1983):

- Función motivadora
- Función vicarial (es necesaria para el aprendizaje de algunos contenidos de naturaleza icónica)
  
- Función informativa
  
- Función explicativa (favorece la comprensión)
- Función de comprobación (facilita la verificación de una idea)
  
- Función redundante (de refuerzo)
  
- Función sugestiva (potencia la imaginación, creatividad...)
  
- Función estética (origina nuevas sensaciones)
  
- Función recreativa (lúdica)
  
- Función expresiva (facilita la expresión personal)”<sup>24</sup>

## **5.2 MARCO LEGAL**

---

<sup>24</sup> DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA APLICADA, FACULTAD DE EDUCACIÓN, UAB. MARQUÈS GRAELLS, Pere. Introducción al lenguaje audiovisual. 1995 (última revisión: abril 06 de 2004). **En:** <http://www.dewey.uab.es/pmarques>.

La televisión es un servicio público de telecomunicaciones que consiste en la transmisión de señales audiovisuales desde un emisor determinado al público en general o a abonados suscritos a un servicio especializado. La importancia que se le reconoce al medio televisivo de la sociedad colombiana quedó plasmada en la consagración constitucional de dos disposiciones que establecen el marco general para la televisión en el país. La ley 182 de 1995 desarrolló las normas constitucionales y contiene el estatuto general de la televisión en Colombia. A continuación estudiaremos el régimen jurídico de la televisión nacional.

Para configurar el aspecto legal, se establece inicialmente el siguiente fundamento Constitucional, que enmarcaría las operaciones del Canal Universitario TVU:

“Art. 20 – Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad.. No habrá censura.”

Interpretando lo anterior, y con fundamento en que la Constitución Política, manifiesta que Colombia es una república “...fundada en el respeto de la dignidad humana...” (Art. 1) y que “...el Estado reconoce, sin discriminación alguna, la primacía de los derechos inalienables de las personas...” (Art. 5), se incluyen dentro de los elementos básicos constitutivos de la dignidad humana y de sus derechos inalienables las libertades de pensamiento y de expresión. La libertad de pensamiento y de conciencia constituye la más extensa de las libertades humanas, y el Estado no está legitimado para reglamentarla, al ser el pensamiento un producto natural y espontáneo de la actividad cerebral humana.

“En las democracias contemporáneas la televisión ocupa un papel central. Las dimensiones lúdica, informativa y cultural se entrelazan en una tensión

permanente. Siempre están en interacción. En Francia, la noción de servicio público se asoció a una actividad que se lleva a cabo, directa o indirectamente, a través de concesionarios. Y el antiguo derecho administrativo se basó en este concepto. La relación con el servicio público justificaba la competencia de los tribunales contencioso administrativos, el carácter de contrato administrativo que asumían ciertos convenios con la administración, el régimen jurídico del dominio público, etc. La noción de servicio público se ha modificado considerablemente con el paso del tiempo. Por una parte, la naturaleza de lo público ya no guarda una relación tan estrecha con la propiedad del Estado; el enfoque es más general. Y por otra parte, gracias a Samuelson, la economía también ha avanzado en una dirección más concreta, que relaciona el bien público con la no-exclusión y la no-rivalidad.

Según la Constitución, “Art. 365. – Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional. Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley aprobada por la mayoría de los miembros de una y otra cámara, por iniciativa del gobierno decide reservarse algunas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio de una actividad lícita.”

Los servicios públicos domiciliarios deben observar dos principios fundamentales: solidaridad y redistribución del ingreso. De acuerdo con el artículo 1º de la Ley 182 de 1995, la televisión es un servicio público no esencial. El Estado está obligado a garantizar la satisfacción del interés general, porque la televisión tiene que ver con el derecho fundamental a la información, tal y como lo consagra la Constitución Política colombiana.

Además, el servicio público de televisión se debe prestar de manera permanente y en igualdad de condiciones. El concepto que acogió la Constitución corresponde con la visión del artículo 430 del Código Sustantivo del Trabajo. Dicho artículo dice: "... se considera como servicio público toda actividad organizada que tiende a satisfacer necesidades de interés general en forma regular y continua, de acuerdo con un régimen jurídico especial, bien que se realice por el Estado directa o indirectamente o por personas privadas". A lo anterior se suma la posición de la jurisprudencia, que señala que los servicios públicos "son aquellas actividades que satisfacen necesidades colectivas, ordinariamente esenciales y que por lo tanto deben ser ofrecidos en forma continua y en igualdad de condiciones a toda la comunidad. Es toda actividad encaminada a satisfacer una necesidad de carácter general, en forma continua y obligatoria, según las ordenaciones del derecho público, bien sea que su prestación esté a cargo del Estado, directa, o de concesionarios o administradores delegados o a cargo de simples personas privadas"<sup>25</sup>.

El servicio público involucra los siguientes elementos: desarrollo de actividades de interés general que corresponde prestar al Estado porque garantizan el cumplimiento de un derecho fundamental; permanencia o continuidad en el desarrollo de dichas actividades; adaptabilidad; prestación en igualdad de condiciones para todos, y aplicación de un régimen jurídico especial.

En desarrollo de los artículos 75, 76 y 77 de la Constitución, la Ley 182 de 1985 denominó al organismo previsto en dichas normas como Comisión Nacional de Televisión (CNTV) y reglamentó su naturaleza jurídica, control, funciones, organización, opciones, entre otras. En cuanto a la naturaleza jurídica el organismo, se trata de una entidad de derecho público, con autonomía

---

<sup>25</sup> COLOMBIA. Código Sustantivo del Trabajo. Art. 430.



administrativa, patrimonial y técnica, y con independencia funcional en el cumplimiento de sus atribuciones.

“Art. 75 – El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igual de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley.

Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético.”

“Art. 76 – La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizada para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio.

Dicho organismo desarrollará y ejecutará los planes y programas del Estado en el servicio a que hace referencia el inciso anterior.”

“Art. 77 – La dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución, estará a cargo del organismo mencionado.

La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una junta directiva integrada por cinco (5) miembros, la cual nombrará al director. Los miembros de la junta tendrán periodo fijo. El gobierno nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes legales de los canales regionales de televisión. La ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la entidad.

Parágrafo. – Se garantizarán y respetarán la estabilidad y los derechos de los trabajadores de Inravisión.”

El Estado posee la titularidad del derecho de propiedad sobre el espectro electromagnético, un bien del patrimonio público. Tiene facultades para disponer sobre su derecho de dominio en las condiciones que establece el artículo 75 de la Constitución de 1991: “El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible, sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético”<sup>26</sup>.

Las disposiciones legales no riñen con la posibilidad de que el Estado preste el servicio público de televisión en forma indirecta, bien sea a través de entidades públicas (como Inravisión) o particulares, mediante concesiones. La prestación indirecta no implica la pérdida de titularidad del Estado. En razón de la titularidad, el Estado tiene la obligación de garantizar el cumplimiento de los derechos de expresión, de información y de libre competencia. En materia de regulación, se establecen distinciones entre el régimen de control directo<sup>27</sup>, el régimen de libertad regulada<sup>28</sup> y el régimen de libertad vigilada<sup>29</sup>.

La regulación debe evitar la concentración y crear condiciones propicias para que el modelo abierto de competencia garantice el pluralismo y la calidad de la información. Se comparte el criterio de la CNTV:

---

<sup>26</sup>COLOMBIA. Constitución de 1991, Art. 75.

<sup>27</sup> La entidad de control fija mediante resolución el precio máximo que los productores o distribuidores pueden cobrar por el bien o servicio.

<sup>28</sup> La entidad fija los criterios y la metodología con arreglo a los cuales los productores y los distribuidores pueden determinar o modificar los precios máximos, en cualquiera de sus niveles, de los bienes y servicios sometidos a este régimen.

<sup>29</sup> Los productores y distribuidores pueden determinar libremente los precios de los bienes y servicios, con la obligación de informar por escrito a la respectiva entidad las variaciones y determinaciones de sus precios, de acuerdo con la metodología que determine la entidad.

“... es necesario definir, con los elementos conceptuales adecuados, los actuales niveles de concentración del sector, determinar sus implicaciones y diseñar las medidas necesarias para garantizar en forma sostenida un modelo abierto de competencia, con reglas claras y estables que favorezcan el pluralismo y la calidad informativa en el medio [...] El modelo integral de promoción de la competencia debe diseñar los mecanismos o figuras legales necesarias y los procedimientos institucionales encaminados a impedir la concentración de la propiedad de los medios, promover la diversidad de contenidos y la calidad del servicio, adelantar las acciones pertinentes para prevenir el monopolio y el abuso de la posición dominante, al igual que promover políticas de fomento que permitan contar con un sector plural, eficiente, competitivo, dinámico, especializado y con responsabilidades sociales y culturales”.

“ARTICULO 6o. FUNCIONES DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. En desarrollo de su objeto corresponde a la Comisión Nacional de Televisión, cumplir entre otras las siguientes funciones:

1. Dirigir, desarrollar y ejecutar la política general del servicio de televisión determinada en la Ley y velar por su cumplimiento, para lo cual podrá realizar los actos que considere necesarios para preservar el espíritu de la Ley.
2. Adelantar las actividades de inspección, vigilancia, seguimiento y control para una adecuada prestación del servicio de televisión.
3. Adelantar las investigaciones, ordenar visitas y demás procedimientos que considere la Comisión, a los operadores, concesionarios de espacios de televisión, contratistas de televisión y demás personas públicas o privadas que presten otro servicio de televisión. Exigir la presentación de los libros de contabilidad y cualquier información que se requiera, sin que le sea oponible la reserva o inviolabilidad de los mismos.

4. Clasificar, de conformidad con la ley 182 de 1995 las distintas modalidades del servicio público de televisión.

5. Regular las condiciones de operación, explotación del servicio público de televisión, particularmente en materia de cubrimiento, encadenamientos, expansión progresiva del área asignada, configuración técnica, franjas y contenido de la programación, gestión y calidad del servicio, publicidad, comercialización en los términos de la ley 182 de 1995, modificaciones en razón de la transmisión de eventos especiales, utilización de las redes y servicios satelitales, y obligaciones con los usuarios...

...9. Asignar a los operadores del servicio de televisión las frecuencias que deban utilizar, de conformidad con el título y el plan de uso de las frecuencias aplicables al servicio, e impartir permisos para el montaje o modificación de las redes respectivas y para sus operaciones de prueba y definitivas, previa coordinación con el Ministerio de Comunicaciones...

...21. Cumplir las demás funciones que le correspondan como entidad de dirección, regulación y control del servicio público de televisión.”<sup>30</sup>

Respecto de la organización de la televisión colombiana, cabe citar las leyes 182 de 1995 y 14 de 1991, que son el marco normativo del servicio público de televisión en Colombia, reglamentan las diversas modalidades en que dicho servicio puede ser prestado en el país. Dichas modalidades son<sup>31</sup>: Televisión Nacional, Televisión Regional, Televisión Zonal, Televisión Local, Televisión por Suscripción y Televisión Satelital.

Esta Comisión se encargó igualmente, en su Acuerdo No. 24, de reglamentar la prestación del servicio de televisión en las dos modalidades del nivel local, con y

---

<sup>30</sup> ESTATUTOS DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, 1998.

<sup>31</sup> Régimen Jurídico de la Televisión en Colombia. En: UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO. FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Programa de formación universitaria para periodistas empíricos. Módulo No. 7. Teoría de la Investigación, Segundo Ciclo. Santafé de Bogotá D.C. 1996.

sin ánimo de lucro. Dicho acuerdo establece, entre otras consideraciones, las siguientes: el acuerdo se aplica a la prestación del servicio público de televisión en el nivel de cubrimiento local. El servicio de televisión en el nivel local será abierto y, por tanto, utilizará la tecnología de televisión radiodifundida.<sup>32</sup>

Define el servicio público de televisión en el nivel de cubrimiento local, como aquél prestado en un área geográfica continua, siempre y cuando ésta no supere el ámbito de un mismo municipio o distrito, área metropolitana o asociación de municipios. El servicio público de televisión en el nivel local podrá ser prestado con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro.<sup>33</sup>

Define también los operadores del servicio en el nivel local de televisión, donde incluye en el servicio de televisión del nivel local sin ánimo de lucro a las comunidades organizadas, las instituciones educativas, tales como colegios y **universidades**, fundaciones, corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro.

Igualmente se hace referencia a los fines y principios de prestación del servicio a nivel local, establece en sus capítulos siguientes el régimen de concesión del servicio a nivel local, el régimen de prestación del servicio a nivel local, objetivos y contenido de la programación a nivel local, haciendo énfasis en una programación de contenido social y comunitario; las comunidades organizadas tienen como propósito alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales e institucionales, según corresponda.

También se reglamentan las franjas de audiencia, la temática de la programación, la publicidad y anuncios comerciales a nivel local, las normas técnicas para la prestación del servicio de televisión a nivel local, el régimen sancionatorio para los

---

<sup>32</sup> COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Acuerdo 24. Art. 1.

<sup>33</sup> *Ibíd.* Art. 2.

concesionarios de televisión en el nivel local, la instrumentación procedimental y otras disposiciones (Ver Anexo A, Acuerdo No. 24).

## 6. MODELO METODOLÓGICO

### 6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación es un estudio no experimental, descriptivo, ya que su preocupación radica en describir los elementos que conforman el modelo que se formule, al igual que las características presentes en la comunicación formativa a través de un canal de televisión universitario, de modo que no se pretende llegar a emitir explicación o correlación alguna entre variables, sólo se observarán los fenómenos tal como se dan en su contexto natural para después analizarlos sin la manipulación deliberada de las variables y dimensiones.

El tipo de información a obtener será de tipo cualitativo debido a que la investigación está referida a todos aquellos aspectos que denotan cualidad y que son susceptibles de tomar valores no numéricos, diferentes, comprendidos o no dentro de cierto límite, siendo el objetivo la riqueza, profundidad y calidad de la información y no la cantidad y estandarización<sup>34</sup>.

Por último, se realizará una evaluación del modelo de comunicación para el canal. Con este análisis se pretende llegar a generalizaciones sobre los elementos a tomarse en cuenta por la gestión de comunicación formativa en un contexto de cambio ciudadano.

---

<sup>34</sup> HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto. Metodología de la Investigación. Primera Edición. México: Mc Graw Hill Interamericana. 1995.

El análisis de los aspectos comunicacionales se hará mediante un estudio DESCRIPTIVO – TRANSVERSAL.

El propósito de un estudio descriptivo es:

*"describir situaciones y eventos. Ésto es, decir cómo es y se manifiesta determinado fenómeno. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis (Dankhe, 1986). Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno o fenómenos a investigar"*<sup>35</sup>.

El estudio es entonces una investigación aplicada de tipo descriptivo en razón a que se propone identificar y caracterizar los elementos y características del problema, parte de una propuesta que se referencia desde el marco conceptual y teórico para llegar a un conocimiento de tipo práctico.

## **6.2 MÉTODOS GENERALES Y ESPECÍFICOS**

La presente investigación utiliza como métodos generales el análisis y la deducción, pues se verifica información obtenida de fuentes primarias y secundarias; se pretende deducir la aplicación de las teorías en el aspecto de la comunicación formativa, mediante la implementación de un canal universitario local. Para tal fin, los métodos específicos a utilizar son: Observación (a partir de una prueba piloto), documental (revisión bibliográfica de la teoría) y testimonio oral (de las fuentes primarias citadas en el numeral 7.4).

---

<sup>35</sup> Ibíd.



### 6.3 METODOLOGÍA DE TRABAJO

La investigación se efectuará a través de revisión documentaria y bibliográfica de libros especializados acerca del tema, diseño de una prueba piloto, en función de las teorías orientadoras y los objetivos específicos para obtener una aproximación teórica al mismo; se identificarán las principales variables intervinientes, y, mediante un estudio de casos (prueba piloto), implementar un canal de televisión universitario, que recoja el análisis efectuado durante la etapa de revisión; enfocado a la función formativa de la comunicación; se pretende identificar el grado de pertinencia, suficiencia, oportunidad y confiabilidad de la información suministrada al televidente a través de este medio masivo de comunicación, y su calidad como información de carácter formativo o educativo, pudiendo validar y aplicar los conceptos teóricos enunciados.

Posterior a la implementación, se presenta el análisis y la discusión de resultados, para formular conclusiones y recomendaciones sobre el tema.

### 6.4 FUENTES

**Primarias:** Televidentes, estudiantes, Facultades de Ciencias Sociales, Administrativas y de Comunicación de diferentes Universidades.

**Secundarias:** Internet, libros, videos, revistas, artículos especializados, memorias y publicaciones de simposios, seminarios, conferencias y demás, relacionados con el tema de investigación.

## **6.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

Para la recolección de información se utilizarán listas de verificación cuya información se recolecta a través de fuentes primarias y secundarias, consultas bibliográficas y entrevistas a peritos sobre el tema; mediante estas herramientas se hará una confrontación con el marco teórico que permita implementar un canal universitario local a manera de prueba piloto local.

## **7. IMPLEMENTACIÓN DEL CANAL DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIO A TRAVÉS DE UNA PROPUESTA DE COMUNICACIÓN FORMATIVA**

### **7.1 PROPUESTA DEL CANAL**

La propuesta del canal universitario consiste, con base en los principios señalados a continuación, en convertir el canal en una alternativa real de televisión para los colombianos, mediante una oferta de programación coherente con la concepción de espacio audiovisual. Se busca una aproximación a la televisión como una ventana abierta, a través de la cual el ciudadano pueda aprender y disfrutar; una ventana que le revele y le descubra su país y el mundo en que vive. Una televisión que transforme la percepción que existe entre los ciudadanos sobre la televisión educativa y que haga del conocimiento un relato visible a través de imágenes y sonidos.

El canal universitario que se propone como vehículo educativo que propicie la convivencia pacífica, y que vigore la formación expresiva del ciudadano, está concebido como un espacio audiovisual que:

- Fortalezca la identidad cultural, la diversidad y la memoria.
- Permita ver y oír múltiples voces, rostros, temas y puntos de vista.
- Abra escenarios para la expresión de la calidad artística.
- Promocione el talento y la participación de los ciudadanos en la creación audiovisual.
- Respete los espacios de participación a las minorías culturales.
- Cree una estética propia a través de la experimentación y del dominio de la técnica televisiva.
- Garantice la interacción de lo local, lo regional, lo nacional y lo internacional.
- Propenda por el fortalecimiento de la convivencia y los valores fundamentales.

- Sea un recurso pedagógico de calidad, coherente, abierto que facilite y propicie el conocimiento.
- Sea un recurso válido accesible al que lo necesite, con el objeto de elevar el nivel educativo del país.
- Enriquezca la labor y el saber del docente.

### **Cómo lograr los objetivos de la propuesta del canal.**

Para el logro de los objetivos se tendrá un proceso de acompañamiento permanente a productores y realizadores a través de la figura “Director del Canal”.

El “Director del canal” será el interlocutor directo entre productores y realizadores y el Canal y su responsabilidad será garantizar que los contenidos de los programas, los procesos de producción y la producción final correspondan a la propuesta aprobada y/o contratada (Ver Anexo B).

El canal universitario concibe esta invitación como una oportunidad para desarrollar una televisión con contenidos universitarios que convoque y atraiga las audiencias. Para lograr este propósito ha decidido poner en manos de expertos en televisión, el análisis y evaluación de las propuestas creativas. Se conformará un grupo de jurados externos, con un alto nivel profesional y reconocida experiencia, para que sean ellos quienes lleven a cabo una detallada y minuciosa selección de las propuestas que resulten de esta invitación y que harán parte de la parrilla del canal.

## **7.2 DOCUMENTO OPERATIVO CANAL UNIVERSITARIO**

En desarrollo de la presente investigación, la propuesta presentada consiste en consolidar el proyecto de un canal de televisión universitario como vehículo educativo, que propicie la convivencia pacífica, y que vigorice la formación expresiva del ciudadano, en el marco de un enfoque netamente holístico que refleje los principios e interrelaciones que se dan en cualquier sistema.

Este proyecto requiere por lo tanto, para su aplicación, del compromiso concertado de las instituciones participantes y del poder de convocatoria de una narrativa televisiva educativa, refrescante, persuasiva y transformadora, a cargo de los productores y realizadores de televisión, tanto de la Universidad Nacional sede Manizales, en su calidad de impulsora, como de las diferentes universidades.

Se propone entonces un modelo que, además de construir un estilo para el canal universitario, garantice el seguimiento cercano de las producciones con el fin de lograr resultados de calidad y excelencia, tanto en términos de transparencia en la utilización de los recursos y en la producción, como en la consolidación de un verdadero canal que lo afiance como herramienta de apoyo a las políticas educativas y culturales de actualidad.

La presente invitación busca propuestas que contribuyan específicamente al desarrollo del canal, a la ampliación de audiencia, y sobre todo, a la formación de un público televidente atraído por una oferta más enriquecedora desde el punto de vista narrativo. Está claro, que las propuestas de programación deben ir dirigidas no sólo a quienes tienen el hábito de consumir televisión sino a aquel otro público que es en esencia indiferente y que por lo tanto hay que buscar y convencer.

### **7.3 CONSTRUCCIÓN DE AUDIENCIAS**

La visión del canal universitario, sus objetivos y estrategias, están encaminados a desarrollar la fidelidad de la audiencia a partir de contenidos educativos y culturales de calidad.

La tendencia actual de consumo de televisión es buscar canales especializados bien sea por temas o bien por audiencias. El objetivo del canal es desarrollar ambas tendencias.

#### **Audiencia.**

El canal reconoce la dificultad de reunir a los jóvenes y adultos jóvenes en torno a la televisión cultural y educativa, Por tal razón se ha planteado la necesidad de establecer un punto de encuentro con y para ellos, a través de una franja joven en un horario privilegiado.

El diseño y desarrollo de los programas destinados a una audiencia joven implica un ejercicio de comunicación que abarque el amplio y contradictorio espectro de gustos e intereses mediante la creación de una estructura y un lenguaje televisivo valido para la generación de hoy. Esta búsqueda supone una aproximación más cuidadosa en la manera de identificar la audiencia.

La programación que se plantea con énfasis educativo debe facilitar que el conocimiento llegue a todos los ciudadanos para garantizar la competitividad del país y asegurar el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Se hace necesario, entonces, promover la noción de la televisión como factor imprescindible en los procesos educativos.

El propósito de la programación educativa es lograr que el canal universitario se convierta en punto de referencia común, tanto para docentes como para la audiencia joven porque los provee de herramientas alternativas para asimilar las competencias, conocimientos y saberes curriculares.

Para el diseño y desarrollo de la programación es necesario comprender las diferencias que existen entre el lenguaje televisivo y la educación formal como instrumentos para transmitir saberes y estructurar formas de pensamiento. El proyecto educativo en televisión no pretende reemplazar ni al aula ni al docente, si se concibe en cambio, como una poderosa herramienta de apoyo dentro del aula y para el docente,

## **7.4 ESTRUCTURA DE LA PROGRAMACIÓN**

### **Programas ancla.**

Los Programas Ancla son estratégicos y cumplen con el propósito de construir una audiencia sólida para la programación del Canal. Están concebidos para abordar y retener audiencias específicas desde un horario permanente.

En los Programas Ancla los conductores son fundamentales. Ellos constituyen el primer motivo de atracción del programa, el primer gancho. Por eso deben resultar creíbles conduciendo la misión que se les encomiende. Adicionalmente los Programas Ancla deben tener en cuenta condiciones de producción y de contenido de largo aliento: Emisión diaria, de producción local, dirigido a audiencias específicas y que representen los propósitos educativos y culturales del canal.

La función de estos programas anclas es la de crear el hábito de consumo de televisión educativa y cultural. Sobre estos programas recae la responsabilidad de identidad del canal, tanto en su imagen como en su contenido, ritmo y tono. Son los programas que más claramente definen la personalidad del canal.

### **Series temáticas.**

Mientras que los programas Ancla abordan los temas de manera integral a lo largo del año, las series temáticas lo hacen de manera puntual en un período breve.

El tema que aborde cada serie temática debe ser tratado con profundidad y responder a un desarrollo temático que permita que cada uno de los capítulos cuente una historia que pueda ser vista de manera independiente y que la suma de todos los capítulos logre transmitir una visión completa, elaborada, sustentada y estructurada como resultado de una investigación y de un punto de vista.

Para que una serie temática sostenga el interés de la audiencia, se debe realizar utilizando la riqueza del lenguaje audiovisual y construyendo una tensión que en todos los capítulos sorprenda al televidente y lo estimule para que no pierda el interés.

Las series temáticas deben ser atemporales. Deben ser realizadas para ser transmitidas varias veces y en otros canales, por lo mismo deben narrar historias locales desde una perspectiva universal. Deben además, aportar un punto de vista novedoso, explorar nuevas maneras de contar historias, e imprimir un sello de originalidad para el Canal. Se buscan series que se destaquen, que hagan una diferencia, y que impriman un carácter de profesionalismo y creatividad.

La televisión es acción, narrativa y metáfora. Es importante que las series temáticas busquen e integren estos componentes como elementos de riqueza



audiovisual. Conceptos como el conflicto y el punto de giro, son elementos que deben estar presentes en el diseño de las propuestas cuando éstas acudan a estructuras dramáticas.

La selección de los personajes, de los entrevistados, de los testigos, o de los protagonistas de las series temáticas y la manera de abordarlos es de vital importancia para cada proyecto. No basta con el testimonio aislado de un entrevistado; es importante que cada proyecto construya a través de la serie una relación honesta, respetuosa y profunda con sus personajes para que ésta se vea reflejada en el producto final y sea percibida por la audiencia.

Los conductores, presentadores o locutores de las series temáticas enriquecen la historia porque transmiten y proyectan credibilidad, porque tienen el tono y el ritmo adecuados, y porque manejan un lenguaje preciso. Las series serán de 13, 8 y 4 capítulos.

### **Series Temáticas de trece (13) capítulos.**

Se trata de varias series de emisión semanal en los horarios de la noche, sobre temas diferentes. Semanalmente se emitirá un capítulo de cada uno de los temas.

Para las series de trece capítulos se han preestablecido los temas —*estímulo a la lectura, arte, turismo cultural, economía y cultura y música*— y la intención de cada serie aparece descrita en la delimitación del tema.

La cantidad de capítulos elegidos para tratar estos temas obedece a un plan de programación, que plantea el interés de generar una presencia sistemática de los mismos a lo largo del año.

Cada capítulo está pensado -en principio- para ser emitido semanalmente, por lo tanto se debe insistir en que cada uno cuente una historia que pueda ser vista de manera independiente y que la suma de todos los capítulos logre transmitir una visión completa.

La calidad de la serie y el manejo de la información deben permitir varias repeticiones para un mismo público. Por eso es importante dimensionar el alcance o kilometraje de cada tema y por ningún motivo recurrir a extender el desarrollo del tema restándole calidad a la serie o a los capítulos.

Deben tenerse en cuenta las producciones existentes en esta materia, realizadas por otros canales para evitar las repeticiones. En este sentido cobra gran importancia la nueva investigación, y el punto de vista desde donde se abordan los temas y el tratamiento con que se realiza cada nuevo proyecto.

#### **Series Temáticas de ocho (8) capítulos.**

Las series de 8 capítulos se emitirán en una franja de lunes a jueves de manera que haya una rotación permanente de temas que permita ofrecerle a la audiencia un catálogo amplio de opciones a lo largo del año.

Para las series de tema libre los proponentes deben realizar la delimitación del tema y definir el objetivo.

#### **Series Temáticas de cuatro (4) capítulos.**

Las series de 4 capítulos se emitirán en una franja de lunes a jueves, de manera que haya una rotación permanente de temas que permita ofrecerle a la audiencia un catálogo amplio de opciones a lo largo del año.

Esta primera convocatoria contempla series sobre, *deporte, historia y una de tema libre*. Para las series de tema libre los proponentes deben realizar la delimitación del tema y definir el objetivo.

### **Crónicas de cuatro (4) capítulos.**

La Crónica es un relato descriptivo que desarrolla cronológicamente un acontecimiento, lo humaniza, lo hace vivencial e involucra emocionalmente al televidente con el hecho.

En esta convocatoria la producción de las crónicas está reservada para los jóvenes realizadores. Las dos crónicas son de tema libre con énfasis en la cultura urbana y rural.

Las crónicas deben responder a los mismos parámetros formales de las series. Sin embargo, las crónicas están concentradas en un lapso y un espacio geográfico definido. Es decir que la producción se desarrolla en un entorno local pero el tema es de alcance universal.

La expectativa con respecto a las crónicas es promover que los jóvenes desarrollen una narrativa a-generacional, es decir desde su perspectiva joven, pero buscando una comunicación con personas de todas las edades.

### **Clips.**

Los programas Ancla se complementarán con los clips, videos cortos con los cuales se dará a conocer, entre otros, los trabajos que muestran la genialidad, creatividad y problemática de los jóvenes universitarios con el propósito de generar el reconocimiento y el afecto de las audiencias.

### **Programas de fin de semana.**

La producción de programas para los sábados y los domingos que se convoca, está enfocada hacia el cubrimiento de la actualidad y busca convertirse en un espacio de expresión para el ciudadano.

En esta programación además se han tenido en cuenta los intereses de la población rural concentrados fundamentalmente en un programa de sábado y domingo que da respuesta a sus principales inquietudes.

### **Actualidad.**

El espacio que abre el Canal para los temas de actualidad debe formularse a partir de la premisa de que el programa debe suministrar los elementos necesarios para que la audiencia se informe, se sitúe en un contexto determinado y cuente con suficientes elementos de juicio para formarse su propia opinión sobre un tema determinado. El canal busca un formato innovador -en periodismo investigativo y con un presentador generador de opinión entre la audiencia.

### **Programas unitarios.**

En esta categoría se encuentran los documentales de autor con el fin de fomentar su creación y desarrollo.

Con esta Invitación se convocan 6 documentales para Productores y Realizadores y 2 para Jóvenes Productores y Realizadores, todos sobre temas culturales.

Semejantes a las series de tema libre, las propuestas de documentales de autor deberán venir acompañadas por investigaciones que se encuentren en su fase final de desarrollo, y escaletas o guiones terminados, según el tipo de documental. En todos los casos se debe circunscribir el proyecto a las condiciones establecidas por el Canal y a los Términos de Referencia.

### **Series de temas libres.**

El canal universitario también deja un espacio para las iniciativas diferentes a las que el canal propone. Los interesados en presentar propuestas de este tipo deben tener en cuenta que la propuesta presentada debe ser sobre temas educativos y culturales y el proyecto se debe circunscribir a las condiciones establecidas por el canal universitario.

### **Videoconferencias.**

Por ser Manizales una ciudad catalogada como universitaria presenta una gran presencia de personalidades destacadas en todas las áreas académicas. Este tipo de programas se proponen para tener la alternativa de presentar a través de videoconferencias en Directo o pregrabadas a personalidades que se especializan en temas que tienen un alto impacto en la comunidad educativa y en la teleaudiencia en general.

## **7.5 DESCRIPCIÓN Y TEMAS DE LOS PROYECTOS CON ÉNFASIS EDUCATIVO Y CULTURAL QUE HARÁN PARTE DE LA REJILLA DE PROGRAMACIÓN DEL CANAL UNIVERSITARIO**

A continuación se describen los lineamientos generales de la programación sugerida para lograr los objetivos educativos propuestos para el Canal Universitario sobre los cuales se espera que se construyan las propuestas.

Debe tenerse en cuenta que la frecuencia y los horarios que se proponen son un referente y, por lo tanto, son susceptibles de modificación por parte del Canal en ejercicio de su labor de programación.

De la misma manera tanto el cabezote y las cortinillas como los títulos propuestos para el programa por el oferente serán considerados tentativos, hasta tanto el canal determine si son o no convenientes en términos legales, estratégicos y de imagen.

## PROPUESTA DE PROGRAMACIÓN CANAL DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIO

Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
<b>SERIES TEMÁTICAS – Series de Trece (13) Capítulos</b>			
Proyecto No. 1 Referencia: Serie de 13 capítulos: Estímulo a la Lectura Número de Capítulos: 13 Duración: 30 minutos Frecuencia: Semanal Público Objetivo: Todas las Audiencias. Especialmente Jóvenes, Adulto Joven y Adulto	Se trata de plantear una estrategia para abordar a los jóvenes y a los adultos que no leen y estimularlos a hacerlo. Esta serie se dirigirá especialmente a aquellas personas que por distintos motivos (falta de tiempo, dificultad, desinterés, falta de costumbre) no cultivan el hábito de la lectura: no debe ser un programa pensado para la gente que sí lee, que está interesada en el proceso creativo, que quiere oír al escritor hablando de su búsqueda y de su afán por el quehacer literario; no es una serie de literatura ni es un programa sobre el Plan Nacional de Lectura y Bibliotecas— si bien naturalmente debe apoyarlo.  Debe ser un programa que considere las dificultades de quienes no leen, que inste a dar el primer paso y abrir un libro, que contemple la posibilidad de entusiasmarse con la obra antes de terminar el primer capítulo, que guíe a los no lectores sin intimidarlos. Por otra parte se les debe plantear a los adultos la inquietud y dar las herramientas para que ellos tengan la iniciativa en la creación de hábitos de lectura con los más jóvenes y niños.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer contacto con el no lector y llevarlo al mundo de la lectura como una experiencia de vida que puede ser transformadora.</li> <li>• Crear el voz a voz entre los televidentes adultos para que en su núcleo familiar tengan las herramientas para estimular hábitos de lectura entre las nuevas generaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
Proyecto No. 2	Se debe crear una serie que	• Crear un catálogo	• Que el resultado de

Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
<p>Referencia: Serie de 13 Capítulos: Arte  Número de capítulos: 13  Duración: 30 minutos  Frecuencia: Semanal  Público Objetivo: Todas las Audiencias.  Especialmente Jóvenes, Adulto Joven y Adulto</p>	<p>muestre a la audiencia lo mejor de nuestro patrimonio artístico: arte precolombino (orfebrería, cerámica, líticos), arte colonial (pintura, talla, platería), arte moderno (pintura, escultura, dibujo, grabado), previa una selección de las diez mejores piezas de arte colombiano en trece disciplinas diferentes. Sin embargo, ésta no debe ser una serie que responda exclusivamente al concepto del “arte por el arte”. Es importante el contexto histórico y social, la representatividad de cada una de las piezas, su influencia y capacidad transformadora de la sociedad y de su entorno, y su trascendencia en el tiempo. El proponente determina los mecanismos de selección de las obras, la organización de la serie y el contexto.</p>	<p>vivo, una especie de galería audiovisual local — con las ventajas de lo audiovisual — para divulgar entre la audiencia la riqueza y la calidad del patrimonio artístico local.</p>	<p>la selección garantice las calidades de las obras como “lo mejor del arte manizaleño”.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La propuesta de lenguaje visual, sonoro y literario exige especial cuidado dadas las características de la serie. Por lo tanto la visualización debe reflejar el tratamiento que se le dará a la presentación de las obras, en especial el manejo de cámara, en el entendido que se están registrando en su gran mayoría obras bidimensionales que requieren aforos suficientes para abordar la totalidad de la obra pero también el detalle.</li> <li>• Es necesario construir una narrativa audiovisual que sostenga el interés a pesar de la dificultad de tratar con obras bidimensionales estáticas y buscar un equilibrio amable y entretenido entre los movimientos de cámara, el ritmo de edición, la obra y los demás recursos audiovisuales.</li> </ul>
<p>Proyecto No. 3  Referencia: Serie de 13 Capítulos:  Turismo Cultural  Número de Capítulos: 13  Duración: 30 minutos</p>	<p>Se trata de elaborar uno o varios itinerarios culturales, realizar el recorrido y presentar todas sus facetas a la audiencia: la vital, la cultural, la humana, la festiva y la patrimonial. No se trata de mostrar los paisajes y sus atractivos ni de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mostrar la riqueza y la diversidad turística de Manizales desde lo cultural.</li> <li>• Hacer énfasis en la responsabilidad del</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las cámaras de los productores han registrado buena parte de la ciudad; por esta razón, es importante que la propuesta garantice</li> </ul>

Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
<p>Frecuencia: Semanal Público Objetivo: Todas las Audiencias. Especialmente Jóvenes, Adulto Joven y Adulto</p>	<p>sumergirse en la problemática social específica de los lugares escogidos sino de convivir con cada cultura y conocer sus costumbres cotidianas. Con ello se busca que los manizaleños conozcan su ciudad y a sus coterráneos a través del contacto con los detalles de su experiencia cotidiana y de su forma de vida.</p>	<p>turista respetuoso del entorno que visita.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer el viaje como un diálogo entre culturas que despierte en la audiencia la curiosidad por conocer más de cerca el país.</li> </ul>	<p>un nuevo punto de vista y un tratamiento donde se establezca una intimidad con los lugares y las gentes del recorrido.</p>
<p>Proyecto No. 4 Referencia: Serie de 13 Capítulos: Economía y Cultura – Industrial Número de capítulos: 13 Duración: 30 minutos Frecuencia: Semanal Público Objetivo: Todas las Audiencias. Especialmente Jóvenes, Adulto Joven y Adulto</p>	<p>Como resultado del trabajo de un concepto moderno y eficiente de economía y la cultura industrial, la serie debe dejar testimonio del gran potencial del sector y así mismo de las dificultades que enfrenta. Además se espera que la serie posea un alto contenido didáctico para las audiencias, en este sentido, la claridad con que se lleve a cabo el registro de los procesos de las industrias es importante.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner a la audiencia en contacto con los forjadores de las empresas.</li> <li>• Trazar caminos de acción para que la audiencia con iniciativas empresariales tenga elementos de juicio para emprender o afinar sus proyectos.</li> <li>• Informar al público sobre el peso real de las empresas manizaleñas en la economía nacional.</li> <li>• Resaltar la importancia de la industria a través de empresas modelo — grandes, medianas y pequeñas— y de agentes empresariales — industriales, artesanos, diseñadores, creativos, investigadores — cuya gestión haya dado buenos resultados económicos, políticos, sociales y culturales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>SERIES TEMÁTICAS – Series de Ocho (08) Capítulos</b>			
<p>Proyecto No. 5 Referencia: Serie de</p>	<p>El uso y el abuso del aire, el agua y la tierra, en diferentes contextos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner a disposición de la audiencia la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>



Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
8 Capítulos: Medio Ambiente Número de capítulos: 8 Duración: 30 minutos Frecuencia: Lunes a Jueves durante dos semanas Público Objetivo: Todas las Audiencias	Esta serie hará un balance de la forma cómo se utilizan en Colombia y en el medio local estos recursos primordiales, tanto en centros urbanos como en áreas rurales. Los derechos y los deberes en relación con el medio ambiente deberán constituirse en el marco desde el cual se aborde el asunto.	información que conduzca al uso consciente de los recursos ambientales, individual y colectivamente.	
Proyecto No. 6 Referencia: Serie de 8 Capítulos: Tema Libre Número de Capítulos: 8 Duración: 30 minutos Frecuencia: Lunes a jueves durante dos semanas Público Objetivo: Todas las Audiencias	El proponente puede presentar proyectos de su propia iniciativa, las únicas condiciones son que los temas tengan énfasis educativo y/o cultural y que la investigación esté muy adelantada. Para demostrarlo debe presentar el 50 % de los libretos terminados y el 50% restante de las escaletas. La propuesta se debe circunscribir a las condiciones establecidas por el Canal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>SERIES TEMÁTICAS – Series de Cuatro (04) Capítulos</b>			
Proyecto No. 7 Referencia: Serie de 4 capítulos: Deporte Número de capítulos: 4 Duración: 30 minutos Frecuencia: Lunes a jueves durante una semana Público Objetivo: Todas las Audiencias	A través de los deportistas jóvenes, que están empezando, se busca explorar la vida de quienes están dando los primeros pasos en el duro camino de las competencias. La serie debe dar respuesta a interrogantes tales como: ¿Cómo se hace un deportista? ¿Cómo son sus relaciones familiares, escolares e interpersonales? ¿Cuáles las dificultades que deben enfrentar y las satisfacciones que logra? ¿Qué retos se impone un niño resuelto a afrontar el deporte como una opción de vida? ¿Cuáles son sus sueños? Se trata de mirar el tema del deporte desde la perspectiva de los valores, el conocimiento de sí mismo, la autoestima, las relaciones interpersonales, la salud, la calidad de vida, etc...	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permitir que la audiencia conozca de boca de sus protagonistas las dificultades y las satisfacciones de quienes optan por su realización personal a través del deporte.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
Proyecto No. 8 Referencia: Serie de 4 Capítulos: Historia Número de capítulos: 4 Duración: 30 minutos Frecuencia: Lunes a Jueves durante una semana	Los patrones de poblamiento locales están íntimamente relacionados con los problemas centrales que hoy aquejan a la nación. De ahí que se proponga una mirada histórica al tema, que considere algunas de sus más importantes facetas, como el conflicto entre las comunidades, la colonización minera y los ciclos del oro, la presión sobre la tierra, las condiciones geográficas, la colonización andina de vertiente y tierras bajas, las migraciones, la violencia y los desplazamientos, entre otros igualmente relevantes. Pero sobre todo el aspecto humano y psicológico que supone el proceso de poblamiento en Colombia y en Manizales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer y relacionar los procesos de poblamiento en Manizales y cómo se ve afectada por la situación actual del país, en cuanto a su multiplicidad y heterogeneidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>SERIES TEMÁTICAS – Crónicas de Cuatro (04) Capítulos</b>			
Proyecto No. 9 Referencia: Crónica 1: Tema libre – Énfasis Urbano Número de capítulos: 4 Duración: 30 minutos Frecuencia: Semanal Público Objetivo: Todas las audiencias con énfasis en los Jóvenes	El proponente puede presentar proyectos de su propia iniciativa, la única condición es que los temas sean culturales y educativos y que la investigación este muy adelantada. Para demostrarlo debe presentar el 50 % de los libretos terminados y el 50% restante de las escaletas. La propuesta se debe circunscribir a las condiciones establecidas por el Canal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
Proyecto No. 10 Referencia: Crónica 2: Tema libre – Énfasis Rural Número de capítulos: 4 Duración: 30 minutos Frecuencia: Semanal Público Objetivo: Todas las audiencias con énfasis en los jóvenes	El proponente puede presentar proyectos de su propia iniciativa, la única condición es que los temas sean educativos y culturales y que la investigación este muy adelantada. Para demostrarlo debe presentar el 50 % de los libretos terminados y el 50% restante de las escaletas. La propuesta se debe circunscribir a las condiciones establecidas por el Canal.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
<b>PROGRAMAS ANCLA</b>			
<p>Proyecto No. 11 Referencia: Consultorio Universitario Número de capítulos: 100 Duración: 60 minutos Frecuencia: Diaria Público Objetivo: Todas las Audiencias</p>	<p>Por una parte, este programa debe medir día a día los signos vitales del canal y ser evidentes en la transmisión de contenidos de interés para la audiencia; es de fundamental importancia sacar a la luz los muy diversos sectores de la creación y producción educativa y cultural. Integrar lo local y lo regional con lo nacional, y propiciar una confluencia enriquecedora entre la actividad educativa y cultural y la cotidianidad del televidente. Adicionalmente, y desde el principio fundamental de que la educación y la cultura son algo vivo, el consultorio universitario debe abordar los temas orgánicamente.</p> <p>Por otra parte, se busca que el consultorio universitario se consolide como la columna vertebral del Canal, que lo identifique y que se convierta en el principal lugar de reunión con la audiencia: el consultorio universitario debe ser el centro de divulgación y seguimiento de la programación del Canal.</p> <p>Se espera que los programadores presenten los criterios editoriales que enmarcarán la producción del programa y que servirán de norte a lo largo de toda su ejecución, y que demuestre que está en capacidad de cumplir con los objetivos propuestos por el canal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiarizar a la audiencia general con la vida local para, no sólo integrar la actividad educativa y cultural a su cotidianidad sino también para que lo educativo y cultural ocupe un lugar predominante en su agenda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<p>Proyecto No. 12 Referencia: Infantes Número de capítulos: 100 Duración: 30 minutos Público Objetivo: Niños</p>	<p>Se busca sensibilizar a los niños acerca de temas esenciales como los valores, la conservación del medio ambiente, la salud, el reconocimiento y respeto de la diferencia, el respeto hacia los adultos mayores, la lectura, y el uso del lenguaje el buen uso del tiempo libre y el deporte, en una serie divertida que estimule la creación artística y el pensamiento científico, ejes fundamentales de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responder a las expectativas del niño, acostumbrado a imágenes y contenidos modernos e inteligentes, estimulantes y atractivos, populares mas no populistas, accesibles sin ser condescendientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
	la capacidad expresiva del niño.	El productor debe convertir la idea de "interactividad" en un concepto funcional, adecuado a la realidad local y colombiana.	
Proyecto No. 13 Referencia: Convivencia Número de Capítulos: 100 Duración: 30 minutos Frecuencia: Diaria Público Objetivo: Todas las audiencias con énfasis en los Jóvenes	Se busca que los jóvenes aprendan a explorar las vías no violentas y más creativas para resolver sus conflictos con su círculo más íntimo (la familia, los amigos, el ámbito educativo) y con el más amplio y problemático medio social en el que deben desenvolverse en la actualidad. La dificultad del tema debe servir de acicate para la creatividad de los proponentes, que deben enfrentar el doble reto de llegar a una juventud que combina el más radical escepticismo con una enorme necesidad de encontrar caminos viables.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar y propiciar la creación de espacios y prácticas culturales que den cabida a las diferencias y a la resolución de conflictos de una manera no violenta, enriquecedora y creativa.</li> <li>• Promover la expresión, la socialización y la interacción en forma tal que favorezcan la armonía ciudadana y la protección del derecho a la vida.</li> <li>• Rastrear hábitos, prácticas cotidianas y formas de concebir las relaciones con otros que permitan la coexistencia armoniosa de grupos y pueblos distintos, y que hagan posible la negociación alrededor de las diferencias para alcanzar una vida pacífica y amable.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>CLIPS</b>			
<b>PROGRAMAS DE FIN DE SEMANA</b>			
Proyecto No. 14 Referencia: El Campo, el Medio Ambiente y la Naturaleza Número de capítulos: 34 Duración: 2 horas	Hay una fuerte tendencia a volver a los cultivos orgánicos, pero los resultados son demasiado lentos para un planeta que demanda cantidades ingentes de alimentos y cuyo cultivo industrializado cobra una cuota cada vez mayor en materia de desequilibrio ecológico.	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
<p>Frecuencia: Fin de semana Público Objetivo: Todas las Audiencias</p>	<p>El propósito fundamental de esta serie es dar a conocer los distintos métodos de cultivo que se practican a lo largo y ancho del territorio nacional, desde los sistemas ancestrales de nuestros indígenas y campesinos hasta las últimas tecnologías importadas o desarrolladas localmente, pasando por los métodos de transición de un cultivo científico a un cultivo orgánico, por ejemplo.</p> <p>En este espacio, que busca que el agro recupere su lugar entre los colombianos, se hablará de los pronósticos del clima, los fenómenos naturales, el mercadeo y la producción de los productos agropecuarios, los costos y los precios, entre otros temas.</p>		
<p>Proyecto No. 15 Referencia: Voz Ciudadana Número de capítulos: 26 Duración: 30 minutos Frecuencia: Semana Público Objetivo: Todas las Audiencias</p>	<p>Este es un espacio en el cual los ciudadanos tendrán la posibilidad de pronunciarse públicamente, con videos, sobre los eventos de la vida de su barrio, de su ciudad, de su comunidad: los gratos, los problemáticos, los divertidos.</p> <p>El proponente interesado en diseñar y gestionar este programa de reportería ciudadana debe formular los mecanismos tanto operativos como televisivos para la recolección, selección y emisión de los videos, sin olvidar que este quiere ser un espacio primordialmente constructivo y de divulgación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrir un espacio para que los ciudadanos hablen, en lenguaje televisivo, sobre su barrio, su ciudad, su comunidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
<b>ACTUALIDAD</b>			
<p>Proyecto No. 16 Referencia: Actualidad Número de capítulos: 26 Duración: 1 hora Frecuencia: Semanal Público Objetivo: Todas las Audiencias</p>	<p>Programa que propicie el encuentro del ciudadano con los protagonistas de la actualidad, con el propósito de generar una discusión concentrada en la realidad cotidiana de la ciudadanía. Se trata de dar un espacio a aquella agenda temática de lo local que no siempre se desarrolla en los otros medios. Cada emisión debe contar adicionalmente con</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lograr que la audiencia se forme una opinión acerca de los temas de actualidad, a partir de la exposición a las diferentes corrientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>

Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
	<p>investigaciones documentadas en video.</p> <p>Es responsabilidad de la universidad dar una nueva pauta en el periodismo investigativo y de actualidad, poner en contexto los temas que le permitan al televidente saber los orígenes de los asuntos de actualidad.</p> <p>El cubrimiento geográfico debe ser amplio no se puede generar exclusivamente desde la capital.</p> <p>Es el espacio del gran reportaje y la crónica de actualidad.</p>		

#### PROGRAMAS UNITARIOS

<p>Proyecto No. 17</p> <p>Referencia:</p> <p>Documental de Autor</p> <p>Número de Documentales:</p> <p>Duración: 30 a 60 minutos.</p> <p>Frecuencia: Semanal</p> <p>Público Objetivo:</p> <p>Todas las Audiencias</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar programas que le hablen a las nuevas generaciones, que aborden ideas complejas y profundicen en ellas, que examinen temas no necesariamente familiares pero sí caracterizados por un componente narrativo estructurado y poderoso. Las palabras son importantes: un guión bien escrito no pasará desapercibido. Los documentales deben causar una profunda impresión en el espectador y deben tener más de una de las siguientes características: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Una visión personal (programa de autor)</li> <li>▪ El compromiso de contar historias difíciles</li> <li>▪ Nuevas maneras de abordar una historia</li> <li>▪ Análisis de asuntos</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•</li> </ul>
---	--	---	---

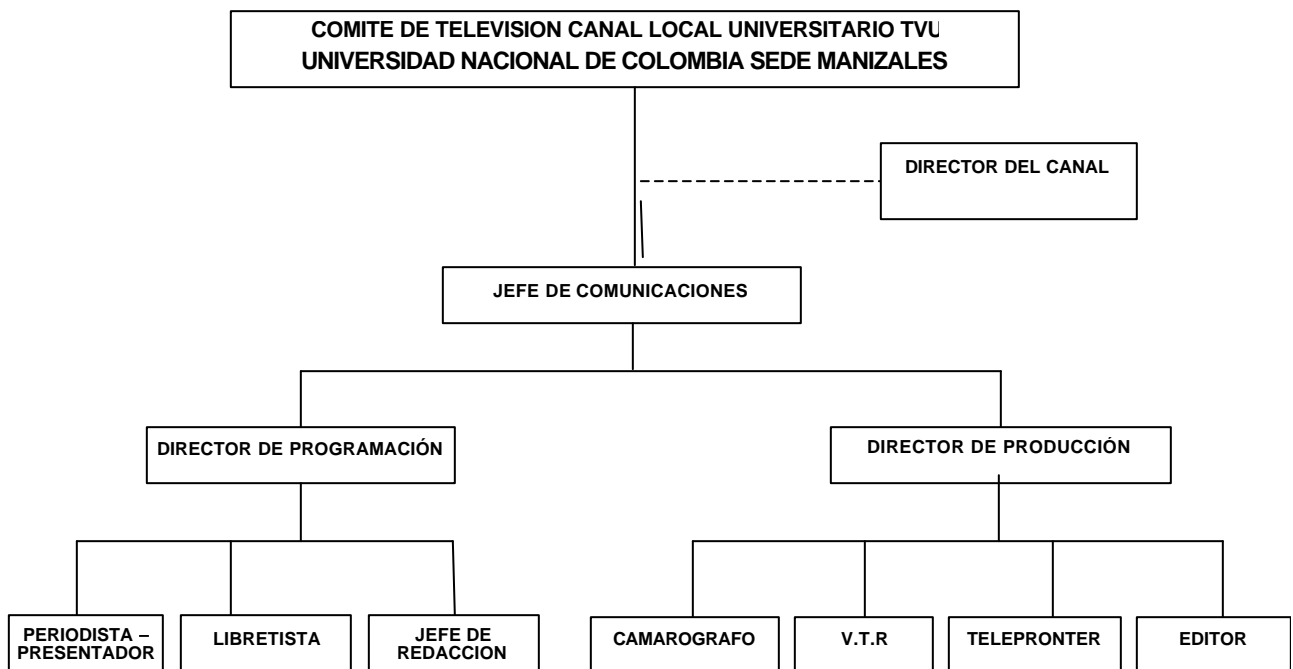
Generalidades del Proyecto	Delimitación del tema	Objetivo	Recomendaciones
Proyecto No. 18 Referencia: Documental de Autor Jóvenes Número de Documentales: 2 Duración: 30 a 60 minutos. Frecuencia: Semanal Público Objetivo: Todas las Audiencias		de particular complejidad o profundidad  • Elaborar programas que le hablen a las nuevas generaciones, que aborden ideas complejas y profundicen en ellas, que examinen temas no necesariamente familiares pero sí caracterizados por un componente narrativo estructurado y poderoso. Las palabras son importantes: un guión bien escrito no pasará desapercibido. Los documentales deben causar una profunda impresión en el espectador y deben tener más de una de las siguientes características: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Una visión personal (programa de autor)</li> <li>▪ El compromiso de contar historias difíciles</li> <li>▪ Nuevas maneras de abordar una historia</li> <li>▪ Análisis de asuntos de particular complejidad o profundidad</li> </ul>	•

## 7.6 RECURSOS REQUERIDOS PARA EL MONTAJE Y PUESTA EN FUNCIONAMIENTO DEL CANAL UNIVERSITARIO

De conformidad con los estudios efectuados durante la presente investigación, y considerando los principios sistémicos de sinergia, adaptabilidad y entropía negativa en particular, se determinó en la interacción con el personal de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, para la realización de la prueba piloto, que se requieren los siguientes recursos:

### 7.6.1 Talento Humano.

Se presenta la conformación de la planta de personal, en el siguiente organigrama funcional; las funciones de cada uno de los cargos pueden apreciarse a continuación, en un modelo de resolución que adopta el manual específico de funciones y requisitos.



### Rol del director del canal



Con el fin de arreglar situaciones entre los productores, se propone la figura de DIRECTOR DEL CANAL con el fin de poner en marcha una estrategia de acompañamiento a las universidades productoras en las diferentes etapas del proceso de producción.

**OBJETO:**

El Director del Canal será el interlocutor que representa el Canal en la relación con las universidades. Se busca construir una relación sólida entre las partes para obtener como resultado una unidad de oferta para la audiencia. El Director del Canal acompañará el desarrollo del grupo de programas de acuerdo a la organización de la parrilla por audiencias.

Los proyectos seleccionados estarán bajo la supervisión directa del Director del Canal. Los productores de programas desarrollarán el proyecto en estrecha relación con el Director del Canal para imprimir a su programa el sello de identidad y unidad del canal.

**QUIEN ES EL DIRECTOR DEL CANAL :**

Ante todo, es una persona con vocación de líder, con capacidad de manejar tensión y conflicto, con habilidades para escuchar y discutir sobretodo con la convicción de que su responsabilidad fundamental está en el proyecto del canal que se busca construir con miras a conquistar y retener audiencias.

Por esta razón, El Director del Canal es un profesional con experiencia en el campo de la producción de televisión que garantizará que los contenidos y la calidad técnica y artística de los programas que se produzcan para el Canal correspondan a las exigencias que plantea el cumplimiento de los objetivos del Canal.

**PERFIL:**

El Director del Canal es un profesional de la televisión con Grado Universitario y estudios de Postgrado, experiencia mínima general de tres años, como directores y realizadores o productores de televisión y experiencia específica mínima de un año en la realización, producción o dirección de televisión educativa.

**FUNCIONES:**

Es la persona encargada de acompañar a los productores y realizadores en el desarrollo de proyectos, para que los contenidos se ajusten a las políticas e identidad del canal y a los objetivos específicos de cada programa, se mantenga la calidad artística y técnica de las propuestas, se cumplan los plazos y los presupuestos previstos, y se cumpla con la promesa de comunicar, educar y cautivar audiencia.

Debe tener conocimiento en todas las áreas de la producción, tanto teórica como práctica y a través de su vocación pedagógica conseguirá que el proceso resulte en beneficio de las dos partes. Su tarea consiste en acompañar y asesorar a los realizadores a lo largo de todo el proceso de producción: Investigación, guión o continuidad, preproducción, dirección de fotografía y arte, sonido, producción de campo, producción ejecutiva y montaje: En síntesis, El Director del Canal conoce todos los detalles del proyecto y ejerce influencia directa en todos los procesos de producción.

Desempeña el rol de líder con los líderes de cada programa. Basado en las relaciones humanas, establece con ellos una pirámide de mecanismos de motivación y de contención, marca el camino, demuestra confianza, corrige los desvíos y sortea en los momentos difíciles.

Es el responsable de garantizar al Canal y a los televidentes la calidad conceptual y audiovisual así como la unidad de estilo de una franja de programación que esta compuesta por programas realizados por distintos productores.

### **PLAN DE ACOMPAÑAMIENTO:**

El acompañamiento del Director del Canal se puede describir en los siguientes procesos:

### **INFORMACION:**

En esta etapa el Director del Canal socializa con los distintos productores y realizadores todo el proyecto de producción como son: lineamientos conceptuales y metodologías de trabajo del Canal. Profundiza en el conocimiento de la propuesta al serle directamente expuesta por el director del proyecto.

### **ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE TRABAJO:**

En esta etapa el Director del Canal conviene con el líder del proyecto la metodología de trabajo, conoce y ajusta con él el plan de producción.

### **SEGUIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO:**

Se realiza en las siguientes etapas:

- Seguimiento de la investigación
- Participación en los consejos editoriales en los casos en los que aplica la conformación de esta instancia de trabajo y seguimiento de las decisiones que se toman.
- Revisión y análisis de presupuesto.
- Revisión y conocimiento del recurso humano propuesto.
- Análisis y sugerencias frente a la estructura propuesta.

- Revisión y aprobación de escaleta o preguión.
- Revisión y aprobación del plan de producción.
- Revisión y aprobación del guión.
- Revisión y aprobación del guión de edición.
- Revisión y aprobación del producto final.

### **RELACION DIRECTOR DEL CANAL, LIDER DE PROYECTO E INSTANCIAS RESOLUTORIAS DE DIFERENCIAS:**

- Tener disponibles el uno para el otro toda la información y documentación relacionadas con cualquier programa.
- Garantizar la aplicación de los recursos económicos, técnicos y humanos.
- Cumplir con todas las legislaciones y regulaciones que apliquen.
- Trabajar dentro de las políticas editoriales y comerciales del canal.
- Cooperar con el propósito de resolver todos los asuntos necesarios relacionados con el presupuesto del proyecto.
- El productor, realizador o líder del programa se compromete a entregar al Director del Canal, todos los documentos y formatos en las fechas establecidas en el plan de producción que hayan acordado previamente. El Productor acepta que el incumplimiento de estos acuerdos puede llevar, en casos críticos, al rompimiento del contrato.

### **DERECHOS DE CONTROL EDITORIAL POR PARTE DEL CANAL.**

El Director del Canal estará autorizado para examinar todas las tomas y secuencias, las ediciones, cualquier grabación de sonido, imágenes de archivo, fotografías, trabajos gráficos, efectos especiales y cualquier otro material. Se le deberá permitir y garantizar el acceso a todas las locaciones y estudios, y podrá asistir a las principales reuniones de producción. Esta presencia deberá hacerse

sin interferir en la finalización del programa. El productor o realizador considerará de buena fe los aportes del Director del Canal y acogerá sus sugerencias con respecto al contenido del programa.

Si las partes no logran llegar a un acuerdo mutuo, la decisión de la Gerencia del Proyecto será la decisión final, y el productor o realizador deberá cumplir las exigencias del canal.

Si las circunstancias requieren que el programa sea producido de otra manera distinta al inicialmente aprobado, el Productor deberá notificar al Director del Canal de inmediato y por escrito notificando los cambios y no los ejecutará sin su aprobación.

Las solicitudes de reuniones, consultas, aprobación de materiales y otras requeridas por el Productor deben hacerse dentro de un tiempo razonable y dentro del cronograma de desarrollo del proyecto, de manera que quien reciba la solicitud pueda disponer del tiempo para atender y dar respuesta.

Tan pronto como la edición final del programa se complete el Productor entregará la cinta al Canal para su emisión.

El Director del Canal deberá presentar a la Gerencia del Proyecto, un informe de cada proyecto al concluir las etapas de producción, postproducción y así como notificar por escrito al productor cualquier decisión tomada frente a cada proyecto presentado.

## **Manuales de Funciones Personal Operativo del Canal**

Los manuales de funciones han sido elaborados teniendo en cuenta los requerimientos legales de una institución pública como la Universidad Nacional de Colombia Sede Manizales

**Modelo de Resolución No. \_\_\_\_\_**  
**( \_\_\_/\_\_\_ de 2005)**

**Por la cual se adopta el Manual Específico de Funciones y de Competencias Laborales para los empleos de la Planta de Personal del Canal Universitario TVU**

El Comité de Televisión del Canal Universitario TVU, en ejercicio de las facultades que le confieren \_\_\_\_\_

**RESUELVE:**

**Artículo 1.** Adoptar el Manual Específico de Funciones y de Competencias Laborales, para los empleos que conforman el Plan Anual de Vacantes contempladas en la planta de personal del Canal Universitario TVU fijada por el Acuerdo \_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2005, cuyas funciones deberán ser cumplidas por los funcionarios con criterios de eficiencia y eficacia en orden al logro de la misión, objetivos y funciones que la ley y los reglamentos le señalan al Canal Universitario TVU, así:

<b>I. IDENTIFICACION</b>	
Nivel:	Profesional
Denominación del Empleo:	<b>Director de Producción</b>
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Uno (1)
Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director del Canal
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Dirigir lo referente a la parte técnica de la programación educativa y cultural del Canal Universitario TVU.	
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
1. Coordinar las necesidades propias de producciones del canal 2. Elaborar el cronograma de actividades necesarias para la realización de las producciones que sean asignadas, y en coordinación con el Jefe de la División, determinar la necesidad del recurso humano, físico y equipo técnico. 3. Supervisar la programación de actividades, horarios y turnos de trabajo del personal, para la emisión de directos, prestación de servicios a terceros y producción propia del canal. 4. Informar al superior inmediato sobre el cumplimiento o modificación del cronograma de actividades de cada una de las realizaciones.	

5. Coordinar los requerimientos de transporte e informar semanalmente a la Dirección del canal de acuerdo con el cronograma de actividades realizadas.
6. Reservar los turnos de grabación o edición solicitados por clientes internos o externos con base en ellos elaborar planes semanales de grabación y edición controlando permanentemente la prestación de estos servicios e informando oportunamente al jefe inmediato y al Área Administrativa y Financiera para el respectivo cobro.
7. Elaborar la requisición de equipos necesarios para las producciones, de acuerdo con los requerimientos y necesidades del canal.
8. Proponer sistemas de clasificación, actualización, conservación, revisión y archivo del material de audio y video del canal.
9. Atender las solicitudes de información sobre el material de archivo y programas para uso interno del canal o servicios a terceros.
10. Efectuar la legalización de los avances en efectivo de la producción de programas del canal, de acuerdo con la reglamentación legal vigente y encargarse de anexar todos los soportes al momento de legalizarlo.
11. Establecer los presupuestos con base en las necesidades de los proyectos, teniendo en cuenta los recursos con los que se cuenta y obteniendo cotizaciones, cuando se requiera la utilización de servicios externos para la atención de actividades.
12. Informar sobre los recursos técnicos de terceros utilizados en las producciones del canal, con el fin de canalizar la información del Área Administrativa, para hacer efectivo el pago de los servicios auxiliares.
13. Controlar la oportuna devolución de los elementos contratados por terceros y velar que sean entregados en buen estado y pasar oportunamente al reporte al Área Administrativa para la debida facturación.
14. Efectuar el reporte de novedades de personal de producción para la aprobación del jefe inmediato quien les dará trámite.
15. Participar en la logística para la producción de comerciales, promociones y mensajes institucionales.
16. Coordinar la entrega de equipos y elementos utilizados en las producciones de carácter especial que interviene, vigilar su correcta utilización y velar por el reintegro de todos los elementos a las instituciones de la empresa.
17. Presentar al jefe inmediato iniciativas, ideas y proyectos dirigidos a fortalecer la presencia del canal en diferentes contextos.
18. Asesorar al jefe inmediato y canalizar las solicitudes de los clientes que se interesan en registrar eventos socioculturales de reconocida vigencia social.
19. Seleccionar y calificar las imágenes tomadas en las diferentes producciones que realiza el canal universitario, para incorporarlas al archivo y a la base de datos.
20. Registrar y mantener actualizada la base de datos del material de archivo de video y audio, registrando su ingreso, tráfico y retiro del canal.
21. Seleccionar el material de archivo de video y audio para documentales, institucionales o de apoyo a producciones.
22. Inspeccionar regularmente el material de video y audio de la videoteca, para

<p>verificar la calidad y juzgar la oportunidad de reponerlo y/o dar de baja.</p> <p>23. Almacenar el material virgen de video y audio a ser utilizado en las producciones del canal.</p> <p>24. Mantener informado al jefe inmediato sobre el contenido, calidad y condiciones físicas del archivo.</p> <p>25. Controlar la generación de cintas reutilizables para la producción de programas.</p> <p>26. Controlar la asignación de cintas por cada uno de los proyectos de producción, conservando los parámetros estipulados en los presupuestos de producción.</p> <p>27. Establecer las necesidades de videoteca para la compra de material: cintas, disco compactos, casetes o videocasetes.</p> <p>28. Las demás que le sean asignadas por el superior inmediato y que sean acordes con la naturaleza del cargo.</p>
<p><b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b></p>
<p><b>Estudios</b> Comunicador Social y Periodista</p>
<p><b>Experiencia</b> Dos (02) años de experiencia relacionada en cargos del nivel profesional</p>
<p><b>Entrenamiento</b> Dos (02) meses</p>

<p><b>I. IDENTIFICACION</b></p>	
Nivel:	Profesional
Denominación del Empleo:	<b>Director de Programación</b>
Ubicación:	Oficina Manizales
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Uno (1)
Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director del Canal
<p><b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b></p>	
<p>Dirigir lo referente a la parte conceptual de la programación educativa y cultural del Canal Universitario TVU.</p>	
<p><b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b></p>	
<p>1. Planear las actividades a realizar para todo el equipo periodístico de la programación educativa, cultural y documental.</p> <p>2. Definir los temas a desarrollar en la programación educativa, cultural y documental.</p> <p>3. Orientar el enfoque de la programación y la estructura o el género periodístico de cada uno de los programas educativos, culturales y documentales.</p> <p>4. Orientar al consejo de redacción de la programación.</p> <p>5. Coordinar las actividades de los periodistas fuera de la zona.</p> <p>6. Definir la estructura periodística de la programación.</p> <p>7. Orientar y evaluar al desempeño de los presentadores.</p>	



8. Coordinar la entrega puntual del material a emitir en cada canal.
9. Mantener contacto permanente con las fuentes de información.
10. Representar el canal universitario en los eventos de carácter institucional y social.
11. Hacer control de calidad técnica y periodística del material a emitir.
12. Evaluar el desempeño diario del libretista, de los periodistas y del personal técnico.
13. Planear y evaluar la programación diaria del personal técnico.
14. Mantener comunicación permanente con el Comité de Televisión sobre todos los asuntos internos de la programación.
15. Elaborar informes para el Comité de Televisión.
16. Trazar estrategias a largo plazo para lograr un crecimiento progresivo de los programas como medio de comunicación, basándose en tres áreas fundamentales: Capacidad periodística, imagen y consolidación del grupo humano.
17. Las demás que le asigne el jefe inmediato que sean de la naturaleza de su cargo.

#### **IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA**

##### **Estudios**

Comunicador Social

##### **Experiencia**

Dos (02) años de experiencia relacionada en cargos del nivel profesional

##### **Entrenamiento**

Dos (02) meses

#### **I. IDENTIFICACION**

Nivel:	Profesional
Denominación del Empleo:	<b>Jefe de Redacción</b>
Ubicación:	Oficina Manizales
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Uno (1)
Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director de Programación

#### **II. PROPÓSITO PRINCIPAL**

Apoyar al Director de Programación en la aplicación de los géneros y la narrativa televisiva y en el correcto uso del lenguaje.

#### **III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES**

1. Servir de puente entre el director y el resto del personal periodístico y de producción, haciendo cumplir estrictamente las indicaciones del director.
2. Coordinar el cumplimiento de lo dispuesto en el consejo de redacción.
3. Orientar a los periodistas en el cubrimiento de la información de acuerdo con las fuentes, el tratamiento y la estructura de presentación definida por el director.
4. Controlar la calidad periodística del material antes de salir al aire; orientar la

- grabación, redacción y emisión de los programas a emitir y revisarlos antes de salir al aire.
5. Corregir gramaticalmente, morfológica, sintáctica y conceptualmente la totalidad de informes o notas que elaboren los periodistas.
  6. Hacer los cambios que considere pertinentes de acuerdo con las políticas editoriales; los criterios de la producción, al texto, el género, el equilibrio y la imparcialidad informativa.
  7. Coordinar y replantear la actividad de los periodistas durante el día de trabajo; reasignar objetivos y temas a desarrollar.
  8. Tener contacto directo con las fuentes de información
  9. Apoyar al periodista en la consecución de temas y fuentes periodísticas.
  10. Apoyar informes periodísticos tanto de registros como informes especiales.
  11. Posponer permanentemente informes para que realicen los periodistas y se mantengan temas fríos.
  12. Planear, supervisar, y controlar los desplazamientos cotidianos, quedas y fines de semana. Para estas labores, realizar con el director la agenda de trabajo.
  13. Hacer seguimiento a las emisiones de la programación para su respectivo evaluación.
  14. Después de utilizar el material de programación educativa y cultural, indicar la manera como se debe archivar.
  15. Reemplazar al director en sus funciones cuando éste de lo indique o esté ausente.
  16. Presentar periódicamente informes sobre los asuntos inherentes a sus funciones.
  17. Las demás, que de acuerdo con la naturaleza del cargo le fueren asignadas por su jefe inmediato.

#### **IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA**

##### **Estudios**

Comunicador Social y Periodista

##### **Experiencia**

Dos (02) años de experiencia relacionada en cargos del nivel profesional, de entidades públicas

##### **Entrenamiento**

Dos (02) meses

#### **I. IDENTIFICACION**

Nivel:	Profesional
Denominación del Empleo:	<b>Libretista</b>
Ubicación:	Oficina Manizales
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Uno (1)
Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director de Programación

<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Apoyar al Director de Programación en la estructura conceptual de los programas.	
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar los libretos requeridos para la programación educativa, cultural y documental.</li> <li>2. Servir de puente entre el director y el resto del personal periodístico y de producción, haciendo cumplir estrictamente las indicaciones del director.</li> <li>3. Coordinar el cumplimiento de lo dispuesto en el consejo de redacción.</li> <li>4. Orientar a los periodistas en el cubrimiento de la información de acuerdo con las fuentes, el tratamiento y la estructura de presentación definida por el director.</li> <li>5. Controlar la calidad periodística del material antes de salir al aire; orientar la grabación, redacción y emisión de los programas a emitir y revisarlos antes de salir al aire.</li> <li>6. Corregir gramaticalmente, morfológica, sintáctica y conceptualmente la totalidad de informes o notas que elaboren los periodistas.</li> <li>7. Hacer los cambios que considere pertinentes de acuerdo con las políticas editoriales; los criterios de la producción, al texto, el género, el equilibrio y la imparcialidad informativa.</li> <li>8. Coordinar y replantear la actividad de los periodistas durante el día de trabajo; reasignar objetivos y temas a desarrollar.</li> <li>9. Tener contacto directo con las fuentes de información de todos los municipios del área de influencia.</li> <li>10. Apoyar al periodista en la consecución de temas y fuentes periodística.</li> <li>11. Planear, supervisar, y controlar los desplazamientos cotidianos, quedas y fines de semana. Para estas labores, realizar con el director la agenda de trabajo.</li> <li>12. Después de utilizar el material programación educativa y cultural, indicar la manera como se debe archivar.</li> <li>13. Reemplazar al director en sus funciones cuando éste de lo indique o esté ausente.</li> <li>14. Presentar periodísticamente informes sobre los asuntos inherentes a sus funciones.</li> <li>15. Las demás, que de acuerdo con la naturaleza del cargo le fueren asignadas por su jefe inmediato.</li> </ol>	
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>Estudios</b>	
Comunicador Social	
<b>Experiencia</b>	
Dos (02) años de experiencia relacionada en cargos del nivel profesional	
<b>Entrenamiento</b>	
Dos (02) meses	
<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
Nivel:	Técnico
Denominación del Empleo:	<b>VTR</b>

Ubicación:	Oficina Manizales
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Uno (1)
Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director de Producción

## **II. PROPÓSITO PRINCIPAL**

Apoyar al Director de Producción en la logística requerida para la emisión de la programación educativa y cultural.

## **III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES**

1. Recoger la continuidad, que ya esta elaborada por parte del Director.
2. Traer las notas de la sala de edición que ya están listas, para ponerles el tiempo y el pie de salida a la continuidad.
3. Recibir el libreto que elabora el director para colocarle: Número de hoja (que sea el mismo de la continuidad de la nota).
4. Ordenar el turno del presentador encargado de leer cada una de las notas.
5. Colocar el pie de salida y la duración de las notas que ya están listas en el libreto.
6. Sacar las copias del libreto necesarias para la emisión y revisar el funcionamiento adecuado de la fotocopidora.
7. Hacer entrega del libreto completo a los presentadores.
8. Recoger los titulares del día, marcarlos y dejarlos en edición con sus respectivas tortas para ser pintadas.
9. Facilitar el tiempo de las notas al director lo mismo que al productor y demás personal técnico encargado.
10. Rodar las tortas en las maquinas, previa orden del productor.
11. Al finalizar, vigilar que no se quede nada en el master de producción.
12. Hacer entrega del material al editor nocturno.
13. Las demás que siendo de la naturaleza del cargo le asigne el jefe inmediato.

## **IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA**

### **Estudios**

Bachiller

### **Experiencia**

Seis (06) meses de experiencia relacionada en cargos del nivel técnico

### **Entrenamiento**

Tres (03) meses

## **I. IDENTIFICACION**

Nivel:	Técnico
Denominación del Empleo:	<b>Periodista – Presentador</b>
Ubicación:	Oficina Manizales
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Tres (3)

Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director de Programación
<b>II. PROPOSITO PRINCIPAL</b>	
Realizar las actividades de reportería y presentación de la programación educativa y cultural del canal.	
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
En calidad de periodista:	
1. Mantenerse informado integralmente de los acontecimientos pero con preferencia en la zona de influencia del canal.	
2. Permanecer en contacto con el Director y el Libretista.	
3. Seleccionar, investigar y recopilar el material que hace parte de su documentación, base de la reportería necesaria para los programas culturales, educativos y documentales.	
4. dirigir la grabación, redactar para los programas y editar los temas que corresponden a sus fuentes.	
5. Documentarse e informarse permanentemente sobre la actualidad en todos los campos de la información.	
6. Hacer un archivo con la documentación suministrada por cada una de sus fuentes. Este archivo es propiedad del canal.	
7. Actualizarse en géneros periodísticos para programas educativos, culturales y documentales aplicando el lenguaje de la televisión.	
8. Enriquecer permanentemente su vocabulario y redacción.	
9. Ver la emisión de los programas, ya sea en directo o pregrabado.	
En calidad de presentador:	
10. Elaborar indicaciones claras al material producido, señalando como se debe archivar.	
11. Mantenerse Informado en todas las áreas de interés social, regional, nacional e internacional.	
12. Responder por su presentación y aspecto físico permanentemente en donde se le pueda identificar como presentador de la programación educativa y cultural.	
13. Vestirse, maquillarse y peinarse de acuerdo con la asesoría contratada teniendo en cuenta las formas y los colores que hagan armonía con el set de presentación y sus características físicas particulares.	
14. Asistir diariamente al consejo de redacción.	
15. Aportar ideas para el desarrollo de los informes de los demás periodistas.	
16. Realizar la actividad periodística que se le asigne.	
17. Leer el libreto de presentación con dos horas de anticipación a la hora de emisión.	
18. Memorizar los textos que presentan la información en el libreto de presentación.	
19. Ejercer las funciones adicionales que le asigne el Director y que sean de la naturaleza de su cargo.	
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>Estudios</b>	

Comunicador Social y Periodista
<b>Experiencia</b> Un (01) año de experiencia relacionada en cargos del nivel técnico
<b>Entrenamiento</b> Dos (02) meses

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
Nivel:	Técnico
Denominación del Empleo:	<b>Editor</b>
Ubicación:	Oficina Manizales
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Dos (2)
Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director de Producción
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Editar los programas de acuerdo con los lineamientos televisivos y narrativos de la programación educativa y cultural.	
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar la edición de material grabado para programas de televisión, videos, comerciales y cualquier otra actividad requerida, mediante la aplicación de criterios profesionales en el área y la operación de los equipos de post.producción, en forma tal que garantice su buena calidad.</li> <li>2. Organizar conjuntamente con el director del programa y el presentador, el material a editar, tomando como base la medición realizada por éste.</li> <li>3. Realizar la edición y post.producción de la programación educativa y cultural, insertando la musicalización, audio, generador de caracteres y efectos especiales que se requieran.</li> <li>4. Archivar las imágenes obtenidas en las diferentes grabaciones, mediante su clasificación, edición, elaboración de fichas que permitan identificar las tomas obtenidas, descripción de planos, movimiento de cámaras, duración y señalización del punto donde quedo ubicada cada una de ellas dentro del respectivo casete de archivo.</li> <li>5. Colaborar con la videoteca en el establecimiento de parámetros de selección y manejo de imágenes cuya conservación sea considerada de interés.</li> <li>6. Vigilar la calidad de la imagen a través de monitores, para detectar oportunamente cualquier falla técnica o humana, e informarla inmediatamente al técnico o al camarógrafo.</li> <li>7. Llevar un control sobre los materiales utilizados y reportar con la suficiente anticipación los requerimientos.</li> <li>8. Elaborar la claqueta técnica que permita identifica el programa en la parte interna como externa del casete.</li> <li>9. Clasificar y codificar el material editado según sus características.</li> <li>10. Mantener el control estricto de casetes recibidos y entregados y llevar un</li> </ol>	

<p>registro permanente que permita dar cuenta de las existencias a su disposición.</p> <p>11.Elaborar a cada casete una hoja de vida con indicación de su estado y sacarlo de uso en caso de deterioro.</p> <p>12.Operar los equipos siguiendo estrictamente las instrucciones recibidas y tomar las precauciones necesarias para su correcta utilización, de tal manera que se garantice su seguridad, conservación y adecuado manejo e informar inmediatamente al Director de Producción cualquier anomalía que se presente.</p> <p>13.Realizar la instalación y montaje de equipos eléctricos a utilizar en el master de edición.</p> <p>14.Organizar sus elementos de trabajo después de terminadas las labores y asegurarse de guardarlos en el lugar apropiado.</p> <p>15. Mantener en perfecto estado de limpieza el master de edición.</p> <p>16.Verificar que el archivo de material fílmico este organizado.</p> <p>17.Las demás que de acuerdo con la naturaleza de su cargo le sean asignadas por el Jefe Inmediato.</p>
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>
<b>Estudios</b> Técnico en Diseño Gráfico y Camarógrafo
<b>Experiencia</b> Un (01) año de experiencia relacionada en cargos del nivel Técnico
<b>Entrenamiento</b> Tres (03) meses

<b>I. IDENTIFICACION</b>	
Nivel:	Técnico
Denominación del Empleo:	<b>Camarógrafo</b>
Ubicación:	Oficina Manizales
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Tres (3)
Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director de Producción
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Efectuar las actividades requeridas para la correcta grabación de la programación educativa y cultural del canal.	
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<p>1. Registrar las imágenes sugeridas para la producción de la programación general del canal.</p> <p>2. Revisar conjuntamente con el productor el material grabado para verificar la calidad.</p> <p>3. Recibir las microondas de las diferentes ciudades.</p> <p>4. Recopilar imágenes necesarias para el archivo o videoteca del canal.</p> <p>5. Informar sobre las necesidades de material y/o herramientas que se requiera para el buen desempeño de sus labores, al Jefe Inmediato.</p>	

<p>6. Participar en el montaje de los equipos utilizados para las transmisiones en directo, manteniendo una vigilancia permanente sobre la operación de estos.</p> <p>7. Verificar el correcto funcionamiento antes y durante la grabación o emisión de la programación.</p> <p>8. Tomar precauciones necesarias para la correcta utilización de los equipos, de tal manera que se garantice su seguridad y educado manejo e informar inmediatamente a sus superiores cualquier anomalía que se presente.</p> <p>9. Organizar las herramientas y equipos de medida adecuados para la ejecución de las labores propias de la producción.</p> <p>10. Organizar sus elementos de trabajo después de terminadas las labores y asegurarse de guardarlos en el lugar apropiado.</p> <p>11. Limpiar el equipo de trabajo.</p> <p>12. Las demás que siendo de la naturaleza de su cargo le sean asignadas por el Jefe Inmediato.</p>
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>
<b>Estudios</b> Bachiller
<b>Experiencia</b> Dos (02) años de experiencia relacionada en cargos del nivel técnico
<b>Entrenamiento</b> Tres (03) meses

<b>I. IDENTIFICACIÓN</b>	
Nivel:	Técnico
Denominación del Empleo:	<b>Telepronter</b>
Ubicación:	Oficina Manizales
Código:	
Grado:	
No. de cargos:	Uno (1)
Dependencia:	Dirección de Programación Educativa y Cultural
Cargo del Jefe Inmediato:	Director de Producción
<b>II. PROPÓSITO PRINCIPAL</b>	
Operar correctamente el sistema técnico empleado para la buena visualización de los libretos por parte de los presentadores.	
<b>III. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES ESENCIALES</b>	
<p>1. Operar el Telepronter.</p> <p>2. Acatar las indicaciones de la continuidad previamente dadas en el master de emisión.</p> <p>3. Guardar el equipo y velar por la seguridad y buen manejo de éste.</p> <p>4. Las demás que siendo de la naturaleza de su cargo le sean asignadas por el Jefe Inmediato.</p>	
<b>IV. REQUISITOS DE ESTUDIO Y EXPERIENCIA</b>	
<b>Estudios</b> Bachiller	



<b>experiencia</b> Seis (06) meses de experiencia relacionada en cargos del nivel técnico
<b>Entrenamiento</b> Dos (02) meses

**Artículo 2. Competencias Comunes a los Servidores Públicos.** Las competencias comunes para los diferentes empleos a que se refiere el presente manual específico de funciones y de competencias laborales serán las siguientes:

<b>Competencia</b>	<b>Definición de la competencia</b>	<b>Conductas asociadas</b>
Orientación a resultados	Realizar las funciones y cumplir los compromisos organizacionales con eficacia y calidad.	-Cumple con oportunidad en función de estándares, objetivos y metas establecidas por la entidad, las funciones que le son asignadas. -Asume la responsabilidad por sus resultados. -Compromete recursos y tiempos para mejorar la productividad tomando las medidas necesarias para minimizar los riesgos. -Realiza todas las acciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos enfrentando los obstáculos que se presentan.
Orientación al usuario y al ciudadano	Dirigir las decisiones y acciones a la satisfacción de las necesidades e intereses de los usuarios internos y externos, de conformidad con las responsabilidades públicas asignadas a la entidad.	-Atiende y valora las necesidades y peticiones de los usuarios y de áudadanos en general. -Considera las necesidades de los usuarios al diseñar proyectos o servicios. -Da respuesta oportuna a las necesidades de los usuarios de conformidad con el servicio que ofrece la entidad. -Establece diferentes canales de comunicación con el usuario para conocer sus necesidades y propuestas y responde a las mismas. -Reconoce la interdependencia entre su trabajo y el de otros.
Transparencia	Hacer uso responsable y claro de los recursos públicos, eliminando cualquier discrecionalidad indebida en su utilización y garantizar el acceso a la información gubernamental.	-Proporciona información veraz, objetiva y basada en hechos. -Facilita el acceso a la información relacionada con sus responsabilidades y con el servicio a cargo de la entidad en que labora. -Demuestra imparcialidad en sus decisiones. -Ejecuta sus funciones con base en las normas y criterios aplicables. -Utiliza los recursos de la entidad para el desarrollo de las labores y la prestación del servicio.
Compromiso con la	Alinear el propio comportamiento a las necesidades, prioridades y	-Promueve las metas de la organización y respeta sus normas.

Competencia	Definición de la competencia	Conductas asociadas
Organización	metas organizacionales.	-Antepone las necesidades de la organización a sus propias necesidades. -Apoya a la organización en situaciones difíciles. -Demuestra sentido de pertenencia en todas sus actuaciones.

**Artículo 3. Competencias Comportamentales por nivel jerárquico de empleos.** Las competencias comportamentales por nivel jerárquico de empleos que como mínimo, se requieren para desempeñar los empleos a que se refiere el presente manual específico de funciones y de competencias laborales, serán las siguientes:

**Nivel Directivo.**

Competencia	Definición de la competencia	Conductas asociadas
Liderazgo	Guiar y dirigir grupos y establecer y mantener la cohesión de grupo necesaria para alcanzar los objetivos organizacionales.	-Mantiene a sus colaboradores motivados. -Fomenta la comunicación clara, directa y concreta. -Constituye y mantiene grupos de trabajo con un desempeño conforme a los estándares. -Promueve la eficacia del equipo. -Genera un clima positivo y de seguridad en sus colaboradores. -Fomenta la participación de todos en los procesos de reflexión y de toma de decisiones. -Unifica esfuerzos hacia objetivos y metas institucionales.
Planeación	Determinar eficazmente las metas y prioridades institucionales, identificando las acciones, los responsables, los plazos y los recursos requeridos para alcanzarlas.	-Anticipa situaciones y escenarios futuros con acierto. -Establece objetivos claros y concisos, estructurados y coherentes con las metas organizacionales -Traduce los objetivos estratégicos en planes prácticos y factibles. -Busca soluciones a los problemas. -Distribuye el tiempo con eficiencia. -Establece planes alternativos de acción.
Toma de decisiones	Elegir entre una o varias alternativas para solucionar un problema o atender una situación, comprometiéndose con acciones concretas y consecuentes con la decisión.	-Elige con oportunidad, entre muchas alternativas, los proyectos a realizar. -Efectúa cambios complejos y comprometidos en sus actividades o en las funciones que tiene asignadas cuando detecta problemas o dificultades para su realización. -Decide bajo presión. -Decide en situaciones de alta complejidad e incertidumbre.
Dirección y Desarrollo Personal	Favorecer el aprendizaje y desarrollo de sus colaboradores, articulando las potencialidades y	-Identifica necesidades de formación y capacitación y propone acciones para satisfacerlas.

<b>Competencia</b>	<b>Definición de la competencia</b>	<b>Conductas asociadas</b>
	necesidades individuales con las de la organización para optimizar la calidad de las contribuciones de los equipos de trabajo y de las personas, en el cumplimiento de los objetivos y metas organizacionales presentes y futuras.	-Permite niveles de autonomía con el fin de estimular el desarrollo integral del empleado. -Delega de manera efectiva sabiendo cuándo intervenir y cuándo no hacerlo. -Hace uso de las habilidades y recurso de su grupo de trabajo para alcanzar las metas y los estándares de productividad. -Establece espacios regulares de retroalimentación y reconocimiento del desempeño y sabe manejar hábilmente el bajo desempeño. -Tiene en cuenta las opiniones de sus colaboradores. -Mantiene con sus colaboradores relaciones de respeto.
Conocimiento del entorno	Estar al tanto de las circunstancias y las relaciones de poder que influyen en el entorno organizacional.	-Es consciente de las condiciones específicas del entorno organizacional. -Está al día en los acontecimientos claves del sector y del Estado. -Conoce y hace seguimiento a las políticas gubernamentales. -Identifica las fuerzas políticas que afectan la organización y las posibles alianzas para cumplir con los propósitos organizacionales.

### **Nivel Asesor.**

<b>Competencia</b>	<b>Definición de la competencia</b>	<b>Conductas asociadas</b>
Experticia Profesional	Aplicar el conocimiento profesional en la resolución de problemas y transferirlo a su entorno laboral.	-Orienta el desarrollo de proyectos especiales para el logro de resultados de la alta dirección. -Aconseja y orienta la toma de decisiones en los temas que le han sido asignados. -Asesora en materias propias de su campo de conocimiento, emitiendo conceptos, juicios o propuestas ajustados a lineamientos teóricos y técnicos. -Se comunica de modo lógico, claro, efectivo y seguro.
Conocimiento del entorno	Conocer e interpretar la organización, su funcionamiento y sus relaciones políticas y administrativas.	-Comprende el entorno organizacional que enmarca las situaciones objeto de asesoría y lo toma como referente obligado para emitir juicios, conceptos o propuestas a desarrollar. -Se informa permanentemente sobre políticas gubernamentales, problemas y demandas del entorno.
Construcción de relaciones	Establecer y mantener relaciones cordiales y recíprocas con redes o grupos de personas internas y externas a la organización que faciliten la consecución de los objetivos institucionales.	-Utiliza sus contactos para conseguir objetivos. -Comparte información para establecer lazos. -Interactúa con otros de un modo efectivo y adecuado.

<b>Competencia</b>	<b>Definición de la competencia</b>	<b>Conductas asociadas</b>
Iniciativa	Anticiparse a los problemas iniciando acciones para superar los obstáculos y alcanzar metas concretas.	-Prevé situaciones y alternativas de solución que orientan la toma de decisiones de la alta dirección. -Enfrenta los problemas y propone acciones concretas para solucionarlos. -Reconoce y hace viables las oportunidades.

### **Nivel Profesional.**

<b>Competencia</b>	<b>Definición de la competencia</b>	<b>Conductas asociadas</b>
Aprendizaje Continuo	Adquirir y desarrollar permanentemente conocimientos, destrezas y habilidades, con el fin de mantener altos estándares de eficacia organizacional.	-Aprende de la experiencia de otros y de la propia. -Se adapta y aplica nuevas tecnologías que se implanten en la organización. -Aplica los conocimientos adquiridos a los desafíos que se presentan en el desarrollo del trabajo. -Investiga, indaga y profundiza en los temas de su entorno o área de desempeño. -Reconoce las propias limitaciones y las necesidades de mejorar su preparación. -Asimila nueva información y la aplica correctamente.
Experticia profesional	Aplicar el conocimiento profesional en la resolución de problemas y transferirlo a su entorno laboral.	-Analiza de un modo sistemático y racional los aspectos del trabajo, basándose en la información relevante. -Aplica reglas básicas y conceptos complejos aprendidos. -Identifica y reconoce con facilidad las causas de los problemas y sus posibles soluciones. -Clarifica datos o situaciones complejas. -Planea, organiza y ejecuta múltiples tareas tendientes a alcanzar resultados institucionales.
Trabajo en Equipo y Colaboración	Trabajar con otros de forma conjunta y de manera participativa, integrando esfuerzos para la consecución de metas institucionales comunes.	-Aporta sugerencias, ideas y opiniones. -Expresa expectativas positivas del equipo o de los miembros del mismo. -Planifica las propias acciones teniendo en cuenta la repercusión de las mismas para la consecución de los objetivos grupales. -Establece diálogo directo con los miembros del equipo que permita compartir información e ideas en condiciones de respeto y cordialidad. -Respeta criterios dispares y distintas opiniones del equipo. -Coopera en distintas situaciones y comparte información.
Creatividad e Innovación	Generar y desarrollar nuevas ideas, conceptos, métodos y soluciones.	-Ofrece respuestas alternativas. -Aprovecha las oportunidades y problemas para dar soluciones novedosas. -Desarrolla nuevas formas de hacer y

Competencia	Definición de la competencia	Conductas asociadas
		tecnologías. -Busca nuevas alternativas de solución y se arriesga a romper esquemas tradicionales. -Inicia acciones para superar los obstáculos y alcanzar metas específicas.

Se agregan cuando tengan personal a cargo:

Competencia	Definición de la competencia	Conductas asociadas
Liderazgo de Grupos de Trabajo	Asumir el rol de orientador y guía de un grupo o equipo de trabajo, utilizando la autoridad con arreglo a las normas y promoviendo la Efectividad en la consecución de objetivos y metas institucionales.	-Establece los objetivos del grupo de forma clara y equilibrada. -Asegura que los integrantes del grupo compartan planes, programas y proyectos institucionales. -Orienta y coordina el trabajo del grupo para la identificación de planes y actividades a seguir. -Facilita la colaboración con otras áreas y dependencias. -Escucha y tiene en cuenta las opiniones de los integrantes del grupo. -Gestiona los recursos necesarios para poder cumplir con las metas propuestas. -Garantiza que el grupo tenga la información necesaria. -Explica las razones de las decisiones.
Toma de decisiones	Elegir entre una o varias alternativas para solucionar un problema y tomar las acciones concretas y consecuentes con la elección realizada.	-Elige alternativas de solución efectivas y suficientes para atender los asuntos encomendados. -Decide y establece prioridades para el trabajo del grupo. -Asume posiciones concretas para el manejo de temas o situaciones que demandan su atención. -Efectúa cambios en las actividades o en la manera de desarrollar sus responsabilidades cuando detecta dificultades para su realización o mejores prácticas que pueden optimizar el desempeño. -Asume las consecuencias de las decisiones adoptadas. -Fomenta la participación en la toma de decisiones.

### Nivel Técnico.

Competencia	Definición de la competencia	Conductas asociadas
Experticia Técnica	Entender y aplicar los conocimientos técnicos del área de desempeño y mantenerlos actualizados.	-Capta y asimila con facilidad conceptos e información. -Aplica el conocimiento técnico a las actividades cotidianas. -Analiza la información de acuerdo con las

		<p>necesidades de la organización.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Comprende los aspectos técnicos y los aplica al desarrollo de procesos y procedimientos en los que está involucrado.</li> <li>-Resuelve problemas utilizando sus conocimientos técnicos de su especialidad y garantizando indicadores y estándares establecidos.</li> </ul>
Trabajo en equipo	Trabajar con otros para conseguir metas comunes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Identifica claramente los objetivos del grupo y orienta su trabajo a la consecución de los mismos.</li> <li>-Colabora con otros para la realización de actividades y metas grupales.</li> </ul>
Creatividad e innovación	Presentar ideas y métodos novedosos y concretarlos en acciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Propone y encuentra formas nuevas y eficaces de hacer las cosas.</li> <li>-Es recursivo.</li> <li>-Es práctico.</li> <li>-Busca nuevas alternativas de solución.</li> <li>-Revisa permanentemente los procesos y procedimientos para optimizar los resultados.</li> </ul>

### Nivel Asistencial

Competencia	Definición de la competencia	Conductas asociadas
Manejo de la Información	Manejar con respeto las informaciones personales e institucionales de que dispone.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Evade temas que indagan sobre información confidencial.</li> <li>-Recoge sólo información imprescindible para el desarrollo de la tarea.</li> <li>-Organiza y guarda de forma adecuada la información a su cuidado, teniendo en cuenta las normas legales y de la organización.</li> <li>-No hace pública información laboral o de las personas que pueda afectar la organización o las personas.</li> <li>-Es capaz de discernir qué se puede hacer público y qué no.</li> <li>-Transmite información oportuna y objetiva.</li> </ul>
Adaptación al cambio	Enfrentarse con flexibilidad y versatilidad a situaciones nuevas para aceptar los cambios positiva y constructivamente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Acepta y se adapta fácilmente a los cambios.</li> <li>-Responde al cambio con flexibilidad.</li> <li>-Promueve el cambio.</li> </ul>
Disciplina	Adaptarse a las políticas institucionales y buscar información de los cambios en la autoridad competente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Acepta instrucciones aunque se difiera de ellas.</li> <li>-Realiza los cometidos y tareas del puesto de trabajo.</li> <li>-Acepta la supervisión constante.</li> <li>-Realiza funciones orientadas a apoyar la acción de otros miembros de la organización.</li> </ul>
Relaciones Interpersonales	Establecer y mantener relaciones de trabajo amistosas y positivas, basadas en la comunicación abierta y fluida y en el respeto por los demás.	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Escucha con interés a las personas y capta las preocupaciones, intereses y necesidades de los demás.</li> <li>-Transmite eficazmente las ideas, sentimientos e información impidiendo con</li> </ul>

<b>Competencia</b>	<b>Definición de la competencia</b>	<b>Conductas asociadas</b>
		ello malos entendidos o situaciones confusas que puedan generar conflictos.
Colaboración	Cooperar con los demás con el fin de alcanzar los objetivos institucionales.	-Ayuda al logro de los objetivos articulando sus actuaciones con los demás. -Cumple los compromisos que adquiere. -Facilita la labor de sus superiores y compañeros de trabajo.

**Artículo 4.** El Director del Canal entregará a cada funcionario copia de las funciones y competencias determinadas en el presente manual para el respectivo empleo en el momento de la posesión, cuando sea ubicado en otra dependencia que implique cambio de funciones o cuando mediante la adopción o modificación del manual se afecten las establecidas para los empleos. Los jefes inmediatos responderán por la orientación del empleado en el cumplimiento de las mismas.

**Artículo 5º.** Cuando para el desempeño de un empleo se exija una profesión, arte u oficio debidamente reglamentado, la posesión de grados, títulos, licencias, matrículas o autorizaciones previstas en las leyes o en sus reglamentos, no podrán ser compensados por experiencia u otras calidades, salvo cuando las mismas leyes así lo establezcan.

**Artículo 6º.** El Comité de Televisión mediante acto administrativo adoptará las modificaciones o adiciones necesarias para mantener actualizado el manual específico de funciones y de competencias laborales y podrá establecer las equivalencias entre estudios y experiencia, en los casos en que se considere necesario.

**Artículo 7º.** La presente Resolución rige a partir de la fecha de su aprobación.

## **COMUNIQUESE Y CUMPLASE**

**Dada a los**

**COMITÉ DE TELEVISIÓN  
CANAL UNIVERSITARIO TVU**

## **Manual de Procedimientos**

### **UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA – SEDE MANIZALES**

#### **CANAL UNIVERSITARIO TVU**

**1. NOMBRE DEL PROCESO:** PRODUCCION DE PROGRAMAS EDUCATIVOS Y CULTURALES.

**2. LIDER:** DIRECTOR DE PROGRAMACION.

**3. OBJETIVO:** Producir programas educativos, culturales y documentales que informes, capaciten, eduquen y recreen de manera sana; buscando satisfacer las necesidades de los televidentes mediante la difusión de los valores humanos y expresiones culturales de carácter local, regional y nacional.

**4. DEPENDENCIAS RELACIONADAS:**

- Unimedios
- Dirección de Programación.
- Jefatura de Producción.

**5. PROCESOS CON LOS QUE SE RELACIONA:**

- Proceso de Administración

**6. REQUISITOS LEGALES:**

- **Normas de la Comisión Nacional de TV CNTV**
- **Principios:** Imparcialidad en las informaciones. Separación entre opiniones e informaciones, en concordancia con los artículos 15 y 20 de la Constitución Política. La protección de la juventud, la infancia y la familia, el respeto a los valores de igualdad consagrados en el artículo 14 de la Constitución Política, la preeminencia del interés público sobre el privado, la responsabilidad social de los medios de comunicación.
- **Derecho de rectificación;** Artículo 20 de la Constitución Política y el artículo 30 de la ley 182 de 1995.
- **Derecho a la réplica:** Artículo 112 de la Constitución Política, al decreto 2737 de 1989.
- **Código del menor**

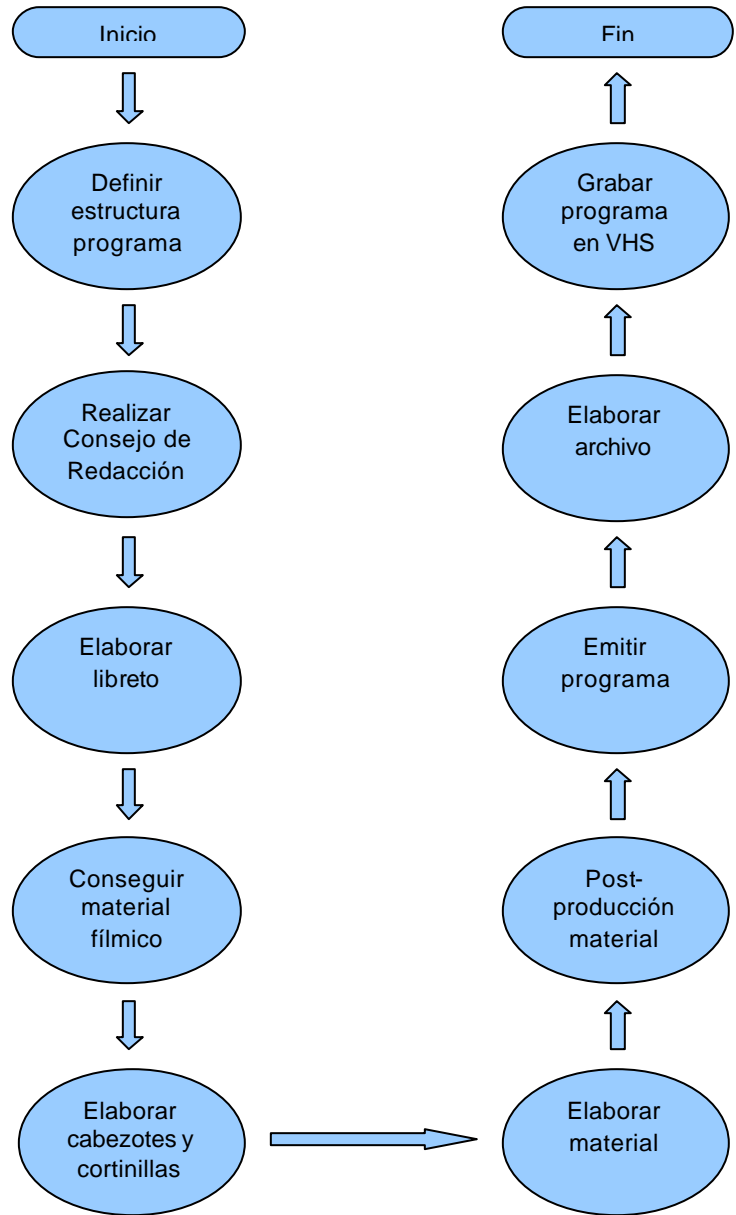


- **Propiedad intelectual y Protección de los derechos de autor.**

### **DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESPONSABLES</b>
Definición de la estructura del programa educativo, cultural o documental.	Director de Programación
Realización del Consejo de Redacción.	Director de Programación, Libretista, Director de Producción, Periodistas.
Elaboración del libreto o guión periodístico.	Libretista.
Consecución de imágenes de acuerdo al libreto.	Periodistas, Libretistas y Camarógrafos.
Elaboración de Cabezotes y Cortinillas.	Director de Programación, Diseñadores Visuales y Gráficos.
Edición del material.	Editor.
Postproducción del material.	Director de Programación y Editor.
Emisión del programa.	Director de Producción.
Elaboración archivo del programa.	Editor.
Grabar programa en formato VHS.	Editor.

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO



## **7.6.2 Recursos tecnológicos.**

De conformidad con los estudios de factibilidad y el presupuesto disponible para la dotación del canal universitario, se definieron los requerimientos en esta materia, bajo los cuales se solicitaron algunas cotizaciones, las cuales se presentan en el Anexo E, agrupados en:

- Equipos de grabación e iluminación
- Equipos de edición
- Equipos de emisión

Para ilustrar este documento se describen a continuación los procesos o elementos que intervienen de manera básica en el montaje de un canal de televisión.

### **Señal de video**

Partimos de una escena determinada que queremos registrar en un soporte magnético. La cámara transporta esa energía óptica o luminosa en energía eléctrica. Esa energía eléctrica es la que se conoce como señal de vídeo. Esta señal hay que transportarla a los receptores de televisión por vía hertziana. Esta señal se distribuye por canales que después sintonizamos para poder captar esta frecuencia en concreto. El receptor de televisión hace lo contrario a la cámara, es decir, transforma la energía eléctrica en energía lumínica. Esa transformación que se produce en la cámara se produce porque la tarjeta o mosaico esta hecho de un material especial con una reacción específica frente a la luz. Cuando esta incide sobre la tarjeta se crea una carga eléctrica proporcionando a la luz incidente, de este modo, cuando se enfoca sobre la tarjeta la imagen de una persona vestida con chaqueta blanca y pantalón, la ropa crea una gran carga o densidad eléctrica.

Justo detrás de la tarjeta encontramos el étodo o cañón de neutrones, este haz electrónico barre la tarjeta descargándolo y enviando estas cargas en forma de corriente eléctrica hacia los circuitos de la cámara. Entre el sistema de lentes y el tubo de cámara hay un bloque óptico diacrónico este está compuesto por una serie de espejos que refleja uno de los colores primarios y deja pasar los otros.

La señal de video fue instalada por Emtelsa junto con el decodificador y el codificador. El canal Universitario propuesto fue ubicado en el canal 2 de la parrilla de EPM TELEVISION.

### **Formatos de grabación de tipo digital.**

Los formatos de grabación propuestos son los que a continuación se consideran:

Mini DV, es un formato digital doméstico. Depende si es doméstico o semiprofesional por el número de CCD. Su compresión es de 5:1, comprime la imagen 5 veces. Tiene un muestreo 4:1:1, dos pistas de audio, calidad CD, conectores analógicos tanto compuesto como supervideo y digitales.

DVCPPro. Graba video en dos pistas, tiene entradas y salidas.

Compuesto, digital y supervideo. Puede llegar a pesar la mitad de una Betacam.

### **Sonido.**

El sonido es el medio más básico de comunicación. Los psicólogos aseguran que la sordera es una incapacidad más profunda que la ceguera. La pista de sonido en muchos casos es más importante que la de vídeo. En casos como programas educativos o culturales. Los principales elementos del sonido en vídeo son los diálogos, la voz en off, los efectos de sonido, que le da realismo, y la música, que

aumenta la efectividad psicológica, sociológica y emocional. De hecho durante los primeros minutos de una película en función de la música se puede intuir el estilo y contenido de dicha película.

En el montaje y puesta en marcha del canal universitario el sonido ha tenido todo el cuidado y los equipos que se recomiendan para su buena audición son de última tecnología, dada su importancia dentro del proyecto.

### **Iluminación**

Iluminar no es sólo conseguir resaltar los atributos positivos y ocultar los rasgos menos favorecedores. En nuestro caso la televisión también está basada en la luz y debe ser especialmente controlada. Pero antes de controlar la luz con éxito se deben conocer sus tres características básicas: coherencia equivale a calidad, temperatura de color e intensidad. Para lograr una buena iluminación se ha tenido en cuenta la adecuación del estudio propuesto por la Universidad Nacional de Colombia-Sede Manizales y se recomiendan luces de gran calidad tecnológica para su montaje.

### **Postproducción**

Se entiende por postproducción a la producción (grabación y edición) que tienden a hacer más atractivo o eficaz el producto que involucra algún tipo de efecto de imagen o de audio, desde la incrustación de algún rótulo hasta las más complejas imágenes generales por ordenador. La postproducción se utiliza en todas las producciones audiovisuales, por ejemplo vídeos industriales, televisión, spots. La calidad de la imagen final depende del equipo utilizado y por ello hay que tener en cuenta el medio en el que va a ser difundido. Se recomienda para el montaje del canal, inicialmente una sala de edición no lineal, para lograr que la universidad pueda realizar diversos programas como documentales en los que se pueden

generar efectos como cortinillas, fundadores, encadenados, etc., pues los programas en Directo se harán desde el estudio y no requiere sala de edición.

### **7.6.3 Recursos logísticos y de infraestructura.**

La Universidad Nacional de Colombia sede Manizales se encargará de la adaptación locativa del espacio destinado al canal, mediante la preparación del estudio de grabación, con las características específicas requeridas para su correcta implementación; adicionalmente se propuso la suscripción de un convenio de cooperación institucional para la utilización del canal de televisión con fines educativos y culturales, en el Sistema de Televisión por suscripción de EPM en las ciudades de Manizales y Villamaría.

## **8. EVALUACIÓN DE LA IMPEMENTACIÓN DE LA PRUEBA PILOTO DEL CANAL DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIO**

Después de la implementación y montaje del canal universitario teniendo en cuenta su diseño administrativo y organizacional, el contenido de su programación, su infraestructura tecnológica, locativa y humana, se pudo concluir; a través de entrevistas a profundidad (VER ANEXO C) realizadas a los diferentes actores que participaron en el montaje como: Presentadores, académicos, grupo de producción y a algunos televidentes, que el canal universitario puesto en marcha en la Universidad Nacional de Colombia- Sede Manizales se dimensiona bajo los siguientes parámetros:

### **SUS PRINCIPIOS**

El problema no es que haya mucha televisión. El problema es que hay mucho de lo mismo.

La televisión es un flujo permanente de creatividad, innovación, información y conocimiento.

Los televidentes desean tener participación activa.

Piensa global y actúa local.

El canal 2 es siempre actual, fresco, informal y real.

Atrae el talento local.

## **PORQUE ES DIFERENTE**

El canal 2 es absolutamente participativo.

La tecnología se une al conocimiento.

No se maquillan los hechos.

Tiene un enfoque positivo.

Un canal sin estrellas, sus estrellas serán el conocimiento y la cultura.

## **PORQUE ES FUERTE**

Señal óptima y excelente ubicación en la grilla.

Contenido local en toda la programación.

Segmentación de la programación por contenido.

Programación diseñada y producida por universitarios y académicos.

Equipo de trabajo competitivo y profesional.

## **SUS COMPETENCIAS**

Hace la diferencia para los suscriptores de cable.



Unico canal que la competencia no puede ofrecer.

Es una nueva alternativa televisiva en Manizales

### **Como Empresa de Telecomunicaciones y de la Academia.**

Canal que socializa todos los proyectos universitarios.

Liderazgo en la construcción de medios de comunicación con un contenido educativo y de conocimiento para la ciudad.

Crea espacios comunicativos a nivel de información y de educación con una propuesta televisiva entrenada.

### **En el aspecto político y social**

Factor de desarrollo de la ciudad.

Medio que hace público la gestión eficiente y transparente de las universidades.

Impulsa a empresas productoras de televisión.

## 9. CONCLUSIONES

1. De acuerdo con la prueba piloto realizada durante el montaje y puesta en marcha del Canal Universitario TVU de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, se pudo identificar, con base en el fundamento teórico y legal expuesto, que la comunicación formativa a través de la televisión, permite una comunicación efectiva, con información veraz, oportuna y confiable, fundamentado sustancialmente en el diseño de su programación y en los actores que participan en este proyecto, aclarando que estos últimos son la diferenciación del canal por su formación y aportes académicos. La programación tal como fue concebida sustentada en el saber de los profesionales que la suministran, peritos en su materia, con oportunidad y confiabilidad para la audiencia, posibilita soportar la comunicación formativa en aspectos netamente académicos y vivenciales.

2, Hoy en día, la función de la televisión universitaria debe ser la de comprender a sus auditorios como complejos sectores humanos enmarcados por múltiples problemáticas educativas, laborales, económicas, habitacionales, étnicas, nutricionales, lingüísticas, políticas. Es decir, deben ser abordados como sectores que se encuentran en distintas fases de su desarrollo económico, político, social y cultural, y no como meros receptores pasivos de información.

Por consiguiente, dentro de esta perspectiva, la implementación del canal universitario debe funcionar frente a sus públicos como una tecnología cultural; capaz de producir cargas informativas que puedan generar conciencia para enfrentar las contradicciones que impiden el progreso de la ciudad y del país. En otras palabras, el canal universitario debe actuar como instrumento técnico

cultural de desarrollo nacional y regional, a través de la distribución de conocimientos especializados mediante su programación.

3. La TV continúa siendo el principal referente para el entretenimiento y para la información. Se puede inferir de la investigación propuesta que la televisión es un canal de comunicación que amplía los conocimientos, hace extensiva la educación, y fomenta la libertad de expresión y el derecho a la información.

Es por lo anterior que se hace imprescindible avanzar en un nuevo modelo de televisión que fomente canales dedicados al conocimiento y a la educación, la pluralidad del medio, establezca límites en la propiedad de los medios, fortalezca a los medios públicos y permita el proceso transparente de otorgamiento de concesiones y permisos para la televisión educativa y cultural. .

4. Hablar del modelo de televisión propuesto implica un conocimiento sobre el sentido de habitar en este país con un régimen democrático y enmarcado por la constitución política de 1991 al Estado Social de Derecho, lo anterior implica reflexionar sobre la dignidad humana, la participación, la inteligencia, el sentido de una convivencia democrática, la libertad, la igualdad, la diversidad, el pluralismo. El modelo planteado para la programación ha tenido en cuenta las reglamentaciones y sus objetivos para lograr un canal universitario que aporte y tenga efecto en el proceso de aprendizaje, que es algo que depende en buena medida de los contenidos, formatos, estructuras, estilos de presentación de la información, uso de recursos expresivos y estéticos muy especialmente de su capacidad para captar la atención y sensibilidad de los televidentes.

5. El modelo implementado para el canal universitario tanto en sus aspectos de contenido, como de recursos tecnológicos y humanos permite optimizar los recursos disponibles, e integrarlos en tal medida y forma que satisfacen las

expectativas y necesidades de la población objetivo, en materia de programación educativa y cultural. Cabe resaltar que si alguno de los recursos requeridos (talento humano, recursos financieros, tecnológicos, logísticos o locativos) no se hubiera dimensionado adecuadamente, los resultados obtenidos no hubieran sido efectivos, incumpliendo el propósito u objetivo perseguido con la implementación del canal. Por ende, para que la comunicación formativa a través de la televisión sea efectiva, se requiere de la sinergia en la interrelación de los diferentes recursos para la implementación.

6. La programación con énfasis educativo y cultural propuesta pretende vigorizar la capacidad expresiva del ciudadano, divulgar, estimular y estar presente en los procesos culturales; así mismo, facilitar que el conocimiento llegue a la audiencia para garantizar la competitividad de la región y asegurar el mejoramiento de la calidad de vida de la población. Sobre todo pretende que los diferentes formatos que conforman la grilla propuesta sean en sí mismos una experiencia educativa y cultural para la audiencia y una razón necesaria para promover la noción de televisión como factor imprescindible en los procesos educativos, porque se provee a la audiencia de herramientas alternativas para asimilar las competencias, conocimientos y saberes.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- BERLO, David K. El Proceso de la Comunicación: Introducción a la Teoría y a la Práctica. Segunda Edición, Buenos Aires. El Ateneo, 2000. P. 265.
- BUITRAGO, Elker. Manual de Derecho de la Comunicación en Colombia. 1a. Edición. Bogotá: Edicolda. 1980.
- CASTAÑO, Germán A. “Comunicación”. Tomado de: [www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion](http://www.virtual.unal.edu.co/cursosbásicos/sedemanizales/facultadcienciasyadministracion/contenidos/comunicacion)
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Decreto 2153 de 1992
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 142 de 1994.
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 182 de 1995.
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 335 de 1996.
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 680 de 2001.
- COLOMBIA. Constitución Política, 1991.
- COLOMBIA. Código Sustantivo del Trabajo.
- COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Acuerdo 24.

- CONTRERAS, Hectony y TACORONTE, Arturo. Modelo de gestión de comunicación para el cambio organizacional y gestión comunicacional: caso Banco de Venezuela/ grupo Santander. En: [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN. CAMPUS UNIVERSITARIO DE ESPINARDO S/N. UNIVERSIDAD DE MURCIA. GARCÍA RIVAS, Marta Isabel y MARTÍNEZ MÉNDEZ, Francisco Javier.
- DEPARTAMENTO DE PEDAGOGÍA APLICADA, FACULTAD DE EDUCACIÓN, UAB. MARQUÈS GRAELLS, Pere. Introducción al lenguaje audiovisual. 1995 (última revisión: abril 06 de 2004). En: <http://www.dewey.uab.es/pmarques>.
- ESTATUTOS DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. 1998.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNÁNDEZ C. y BAPTISTA P. Metodología de la Investigación. Primera Edición. México: Mc Graw Hill Interamericana. 1995.
- MARQUÈS, Pere. Introducción al Lenguaje Audiovisual. Departamento de Pedagogía Aplicada. Facultad de Educación. UAB, 1995. En: <http://dewey.uab.es/pmarques>
- PASQUALI A.. Comprender la Comunicación. Monte Avila Editores. 1978
- Régimen Jurídico de la Televisión en Colombia. En: UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO. FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Programa de formación universitaria para periodistas empíricos.

Módulo No. 7. Teoría de la Investigación, Segundo Ciclo. Santafé de Bogotá D.C. 1996.

- REVISTA ELECTRÓNICA EDUTEC. Revista Electrónica de Tecnología Educativa. Número 7. Noviembre de 1997. En: <http://www.uib.es/depart/gte/revelec7.html>
- REVISTA ELECTRÓNICA RAZÓN Y PALABRA. Número 13, Año 4, Enero a Marzo de 1999. En: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n13/carac13.html>
- RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, José Luis (1977). Las Funciones de la Imagen en la Enseñanza. Barcelona: Gustavo Gili.
- SANTOS GUERRA, M.A. (1983). Imagen y educación. Madrid: Anaya.
- UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO. FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Programa de formación universitaria para periodistas empíricos. Módulo No. 4. Comunicación para el Desarrollo, Primer Ciclo. Santafé de Bogotá D.C. 1996.
- UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO. FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Programa de formación universitaria para periodistas empíricos. Módulo No. 7. Teoría de la Investigación, Segundo Ciclo. Santafé de Bogotá D.C. 1996.
- VELLEGLIA, Susana. ¿Que pretende la Educación de la TV . Revista Chasqui No. 59, septiembre de 1997. Latinoamericana de Comunicaciones.

## **ANEXOS**



## **Anexo A**

### **ACUERDO No. 24 DE LA CNTV**

**Por el cual se reglamenta la prestación del servicio de televisión en las dos modalidades del nivel local, con y sin ánimo de lucro**

#### **LA COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN**

En ejercicio de sus facultades legales, en especial de las conferidas por el artículo 5º literal c), y en desarrollo de lo dispuesto en los artículos 37 numeral 4 y 47 de la ley 182 de 1995 y 24 de la ley 335 de 1996;

#### **ACUERDA**

#### **CAPITULO I PRINCIPIOS GENERALES**

**ARTICULO 1º. ÁMBITO DE APLICACIÓN.** El presente Acuerdo se aplica a la prestación del servicio público de televisión en el nivel de cubrimiento local. El servicio de televisión en el nivel local será abierto y, por tanto, utilizará la tecnología de televisión radiodifundida.

**ARTICULO 2º. TELEVISIÓN LOCAL.** El servicio público de televisión en el nivel de cubrimiento local es aquel prestado en un área geográfica continua, siempre y cuando ésta no supere el ámbito de un mismo Municipio o Distrito, Area Metropolitana o Asociación de Municipios. El servicio público de televisión en el nivel local podrá ser prestado con ánimo de lucro o sin ánimo de lucro.

**ARTICULO 3º. OPERADORES DEL SERVICIO EN EL NIVEL LOCAL DE TELEVISIÓN.** El servicio de televisión del nivel local sin ánimo de lucro será prestado por las comunidades organizadas, las instituciones educativas, tales como colegios y universidades, fundaciones, corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro. Éste podrá ser prestado en todas las ciudades de Colombia, teniendo como único limitante la disponibilidad de frecuencias radioeléctricas. El servicio de televisión del nivel local con ánimo de lucro será prestado por personas jurídicas en todas las capitales de departamento y municipios que superen los cien mil (100.000.00) habitantes.

**PARÁGRAFO PRIMERO:** Para efectos del presente Acuerdo y cuando sea necesario definir el número de habitantes en un determinado municipio, la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN tomará el censo vigente, validado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas -DANE-, proyectado al mes de junio del año en que se realice la correspondiente licitación.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Para efectos del presente Acuerdo se entiende por ánimo de lucro todo acto o conducta encaminada a alcanzar rendimientos o beneficios económicos con el propósito de distribuirlos entre las personas denominadas inversionistas, accionistas o aportantes.

PARÁGRAFO TERCERO: Para efectos del presente Acuerdo cuando se hable de estaciones locales, se entenderá que se hace referencia a las estaciones locales con y sin ánimo de lucro.

PARÁGRAFO CUARTO: Para todos los efectos de este Acuerdo se entiende por comunidad organizada la asociación de derecho, integrada por personas naturales residentes en un municipio o distrito o parte de ellos, en la que sus miembros estén unidos por lazos de vecindad o colaboración mutuos, con el propósito de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales o institucionales. La prestación del servicio de televisión por parte de estas comunidades se realizará sin tener ningún ánimo de lucro.

ARTICULO 4º. FINES Y PRINCIPIOS DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO A NIVEL LOCAL. Los operadores del servicio de televisión a nivel local deberán adecuar sus emisiones a los fines y principios del servicio público de televisión, establecidos en el artículo segundo (2º) de la Ley 182 de 1995.

## CAPITULO II RÉGIMEN DE CONCESIÓN DEL SERVICIO A NIVEL LOCAL

ARTICULO 5º. CONCESIÓN PREVIA. La prestación del servicio de televisión en el nivel local con ánimo de lucro y sin ánimo de lucro requiere de concesión previa del servicio público de televisión por parte de la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN. Las concesiones se otorgarán de conformidad con los artículos 23o, 35o, 37o y 47o de la Ley 182 y el artículo 24o de la Ley 335, todo con arreglo al deber de selección objetiva y atendiendo los principios de transparencia, economía, responsabilidad y concordancia con los postulados que rigen la función administrativa.

Para las estaciones locales con ánimo de lucro, la concesión implica el pago de dicha concesión y de las tasas, tarifas y derechos por concepto de la adjudicación, asignación, explotación y uso de las frecuencias radioeléctricas otorgadas, las cuales definirá la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN.

Para las estaciones locales sin ánimo de lucro, la concesión implica el pago de las tasas, tarifas y derechos por concepto de la explotación y uso de las frecuencias radioeléctricas otorgadas, las cuales definirá la COMISION NACIONAL DE TELEVISION.

ARTICULO 6º. PRINCIPIOS DE OTORGAMIENTO DE CONCESIONES. Las

personas jurídicas interesadas en prestar el servicio de televisión local con ánimo de lucro, deberán acceder a la concesión mediante el procedimiento de licitación y de audiencia pública. La concesión se materializará con la suscripción del contrato administrativo de concesión.

Las comunidades organizadas, las instituciones educativas, fundaciones, corporaciones y asociaciones sin ánimo de lucro interesadas en prestar el servicio de televisión local sin ánimo de lucro, deberán acceder a la concesión mediante licencias que otorgará la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, con base en los criterios de selección objetiva previstos en la ley, el presente acuerdo y con las normas que sobre el particular se expidan por la Comisión Nacional de Televisión.

PARÁGRAFO: En ningún caso un concesionario del servicio de televisión local podrá ser titular de más de una concesión en dicho nivel, por si mismo o por interpuesta persona, o participar en la composición accionaria en más de una estación privada de televisión local. De igual forma, ningún operador de televisión nacional ni ningún concesionario de las cadenas de Inravisión podrá ser operador de la televisión local. Quien participe en el capital de una estación local privada de televisión, no podrá participar en la prestación del servicio de televisión de las estaciones de operación pública o privada.

ARTÍCULO 7º. ÁMBITO DE CUBRIMIENTO. Los concesionarios del servicio de televisión en el nivel local, sin ánimo de lucro, podrán cubrir un área geográfica continua, siempre y cuando no supere el ámbito de un municipio o distrito, área metropolitana o asociación de municipios.

El servicio de televisión del nivel local con ánimo de lucro podrá ser prestado por personas jurídicas en todas las capitales de departamento y en aquellos municipios que superen los cien mil (100.000) habitantes.

PARÁGRAFO PRIMERO: La prestación del servicio de televisión local sin ánimo de lucro a través de la Asociación de Municipios contiguos, no podrá abarcar todos los municipios de un mismo departamento ni superar el ámbito de éste.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN otorgará las concesiones para la operación de estaciones locales sin ánimo de lucro a través de la Asociación de Municipios contiguos, siempre que las condiciones técnicas del área de cubrimiento lo permitan.

PARÁGRAFO TERCERO: Para todos los efectos se entiende por comercialización lo establecido en el artículo 30º del presente acuerdo.

ARTÍCULO 8º. CRITERIOS DE SELECCIÓN OBJETIVA. La Comisión Nacional de Televisión tendrá en cuenta, entre otros, los siguientes criterios de selección objetiva:

1. El cumplimiento de los parámetros técnicos.
2. Tener capacidad de inversión para el desarrollo del mismo.

3. Capacidad de cubrir áreas no servidas.
4. Mayor numero de horas de programación nacional ofrecida.

### CAPITULO III RÉGIMEN DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO A NIVEL LOCAL

ARTÍCULO 9º. NÚMERO DE CONCESIONES. Para la prestación del servicio de televisión local con ánimo de lucro, la Comisión Nacional de Televisión adjudicará el siguiente número de concesiones:

a) Una (1) para todas las capitales de departamento y ciudades que superen los cien mil (100.000) habitantes, hasta un millón (1.000.000) de habitantes.

Se entiende que se adjudicará, en este caso, una sola estación local de televisión.

b) Dos (2) en municipios cuya población sea superior a un millón uno (1.000.001) de habitantes.

Para la operación de las estaciones locales sin ánimo de lucro, la Comisión Nacional de Televisión podrá adjudicar tantas estaciones como disponibilidad de frecuencias haya, de acuerdo con los respectivos estudios técnicos de la Comisión Nacional de Televisión.

ARTÍCULO 10º. REQUISITOS DE INICIACIÓN. El concesionario deberá instalar su sistema e iniciar sus operaciones en un plazo de seis (6) meses, contados a partir de la firma del contrato de concesión, prorrogable hasta por seis (6) meses más, a juicio de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión.

El concesionario notificará a la Comisión Nacional de Televisión la conclusión de sus instalaciones en el plazo estipulado y durante los treinta (30) días siguientes a la fecha de dicha notificación, la Comisión podrá efectuar la inspección técnica reglamentaria, para comprobar si las instalaciones cumplen con los términos de la propuesta presentada por el concesionario y las exigencias y requisitos técnicos señalados en el presente acuerdo, en los criterios de selección objetiva y en el pliego de condiciones de la licitación pública.

ARTÍCULO 11º. DERECHOS DE AUTOR. Para la prestación del servicio de televisión en el nivel local, los concesionarios que reciban y distribuyan señales codificadas, deberán acreditar ante la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN la autorización por parte de los titulares de los derechos de autor y derechos conexos para el uso de la programación que emitan.

ARTÍCULO 12º. OPERACIÓN DE LA ESTACIÓN LOCAL. Las estaciones que cubran el nivel local de televisión serán operadas directamente por el concesionario.

Para efectos del presente acuerdo operador y concesionario serán considerados la misma persona.

ARTÍCULO 13º. ORGANISMOS DE DIRECCIÓN Y/O ADMINISTRACIÓN DE LAS ESTACIONES LOCALES SIN ANIMO DE LUCRO. Las comunidades organizadas

concesionarias del servicio de televisión local sin ánimo de lucro tendrán organismos de dirección y/o administración y sus miembros serán elegidos directamente por la comunidad.

Las fundaciones, corporaciones e instituciones educativas, concesionarias del servicio de televisión a nivel local sin ánimo de lucro, tendrán su respectiva junta directiva y en ella tendrán asiento, con voz y voto, miembros elegidos directamente por los integrantes de la respectiva entidad.

PARÁGRAFO: los miembros de los organismos de dirección y/o administración deberán renovarse en un cincuenta por ciento en un lapso no mayor de dos años. En todo caso el período máximo de un organismo de dirección y/o administración no podrá exceder de 4 años continuos o discontinuos.

ARTÍCULO 14º. CAMBIOS EN LA CESIÓN DE CUOTAS SOCIALES O EN LA COMPOSICIÓN ACCIONARIA. Cualquier modificación en las cuotas sociales o en la composición accionaria de las personas jurídicas concesionarias del servicio de televisión en el nivel local, deberá ser autorizada previamente por la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, la cual podrá solicitar los documentos que considere necesarios para tal efecto.

ARTÍCULO 15º. ENCADENAMIENTO DE LAS ESTACIONES LOCALES. Las estaciones locales con ánimo de lucro podrán encadenarse para transmitir la misma programación hasta un 75% del tiempo de transmisión total. Posteriormente la CNTV podrá modificar este porcentaje.

PARÁGRAFO: Las estaciones locales podrán encadenarse a nivel regional para transmitir eventos cívicos, culturales o deportivos de carácter ocasional y de interés para sus comunidades, sin necesidad de tramitar autorización alguna ante la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN.

#### CAPITULO IV OBJETIVOS Y CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN A NIVEL LOCAL

ARTÍCULO 16º. OBJETIVOS DE LA PROGRAMACIÓN. Las estaciones locales harán énfasis en una programación de contenido social y comunitario; las comunidades organizadas tendrán el propósito de alcanzar fines cívicos, cooperativos, solidarios, académicos, ecológicos, educativos, recreativos, culturales e institucionales.

ARTÍCULO 17º. CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN. El concesionario de la televisión local será el único responsable ante la Comisión Nacional de Televisión por la calidad de la señal, lo mismo que por el contenido de la programación, la cual debe reflejar la cultura, los temas y las necesidades de la comunidad a la que se dirigen.

En ningún caso se podrá realizar proselitismo político a través de las estaciones locales de televisión. Tampoco se podrá presentar las actuaciones de entidades públicas o comunitarias como obra personal de sus gestores.

**ARTÍCULO 18º. CONTROL POSTERIOR.** La COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN ejercerá el control posterior sobre el contenido de la programación y los anuncios comerciales. La transgresión de las disposiciones establecidas en la ley y en el presente acuerdo, dará lugar a las sanciones consagradas en el régimen sancionatorio.

**ARTÍCULO 19º. PRODUCCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN.** Los concesionarios del servicio público de televisión en el nivel local, podrán producir directamente o contratar con terceros la realización de su programación.

**ARTÍCULO 20º. FRANJAS DE AUDIENCIA.** Conforme a la naturaleza de la audiencia habitual y en atención a sus necesidades y derechos, se establecen las siguientes franjas: infantil, familiar y adultos.

Franjas	Horas
Lunes a Viernes	
Infantil	15:55 a 16:55
Familiar	06:00 a 15:55 16:55 a 22:00
Adultos	22:00 a 06:00
Sábados, domingos y festivos	
Infantil	08:00 a 10:00
Familiar	06:00 a 08:00 10:00 a 22:00
Adultos	22:00 a 06:00

**PARÁGRAFO:** Las franjas aquí establecidas podrán ser modificadas de acuerdo con lo que determine la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN.

**ARTÍCULO 21º. TEMÁTICA DE LA PROGRAMACIÓN.** El contenido de los programas y el tratamiento de su temática deberá ajustarse a la franja de audiencia escogida y al ordenamiento legal vigente al tiempo de su emisión.

**ARTÍCULO 22º. NOTICIEROS, INFORMATIVOS Y PROGRAMAS DE OPINIÓN.** Toda la programación periodística que se difunda a través de las estaciones locales deberá cumplir con los principios de objetividad, imparcialidad y pluralismo descritos en la Ley 182 de 1995.

**ARTÍCULO 23º. ORIGEN DE LA PROGRAMACIÓN.** El 50% de la programación total emitida por las estaciones locales deberá ser de producción nacional.

Las repeticiones de los programas de producción nacional se ajustarán a las siguientes equivalencias:

1- Primera repetición, la mitad del tiempo de su duración.

2- Segunda repetición, la tercera parte del tiempo de su duración.

3- La tercera y sucesivas repeticiones, la cuarta parte del tiempo de su duración.

PARÁGRAFO PRIMERO: los concesionarios de televisión en el nivel local deberán enviar, semestralmente, a la Comisión Nacional de Televisión, una relación detallada de su programación donde se especifique el origen de la misma.

PARÁGRAFO SEGUNDO: los concesionarios de televisión en el nivel local podrán recibir y retransmitir señales incidentales de televisión con fines sociales y comunitarios. En ningún caso dichas señales podrán ser interrumpidas con comerciales, excepto los de origen.

Previa autorización y pago de los derechos de autor correspondientes y en virtud de la concesión otorgada por ministerio de la ley o por la Comisión Nacional de Televisión, los operadores públicos, privados y comunitarios y los concesionarios de espacios de televisión, podrán recibir y distribuir señales codificadas. Esta recepción y distribución, para el caso de las estaciones locales, deberá ser abierta y no podrá cobrarse a los televidentes por su recepción.

ARTÍCULO 24º. AVISOS SOBRE EL CONTENIDO DE LA PROGRAMACIÓN. Las estaciones locales deberán anteponer a la transmisión de sus programas un aviso en donde se indique en forma escrita y oral la edad mínima apta para ver dicho programa, anunciando igualmente si contiene o no violencia y a su vez la existencia de escenas para público adulto.

ARTÍCULO 25º. ACCESO DEL GOBIERNO NACIONAL A LAS ESTACIONES DE TELEVISIÓN. El Presidente de la República podrá utilizar para dirigirse al país, los servicios de televisión en cualquier momento y sin ninguna limitación, situación que no dará lugar a indemnización del espacio o espacios utilizados.

ARTÍCULO 26º. RESERVA DEL DERECHO DE UTILIZACIÓN EXTRAORDINARIA DE LOS ESPACIOS DE TELEVISIÓN. La COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN se reserva el derecho de utilizar en el momento que lo estime conveniente, para transmitir eventos especiales de interés público y social, los espacios que considere necesarios en las estaciones locales.

Estas transmisiones podrán hacerse en directo, en forma continua o discontinua, desplazando programas habituales. En caso que la extensión de la emisión lo amerite, la transmisión podrá hacerse en diferido.

El ejercicio de la facultad de declaratoria de interés público y social no se considerará como incumplimiento del contrato de concesión por parte de la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN y por lo tanto no dará lugar a indemnización alguna.

ARTÍCULO 27º. PROGRAMAS DE INTERÉS PÚBLICO Y SOCIAL. Para efectos del presente acuerdo se entienden por tales aquellos que llevan involucrada una razón eminente de Estado.

ARTÍCULO 28º. SISTEMAS DE SUBTULACIÓN CERRADA. En beneficio de las personas con limitaciones auditivas, los concesionarios del servicio de televisión local deberán incluir el sistema de lenguaje manual o de subtulación cerrada y sus posteriores evoluciones tecnológicas.

## CAPITULO V PUBLICIDAD Y ANUNCIOS COMERCIALES A NIVEL LOCAL

ARTÍCULO 29º. COMERCIALIZACIÓN. Se entiende por comercialización el acto por medio del cual los concesionarios introducen anuncios comerciales en los espacios y tiempos definidos por la Comisión Nacional de Televisión a fin de propiciar la financiación de su operación.

Las estaciones locales con ánimo de lucro podrán incluir anuncios comerciales en sus emisiones. Estos tendrán la posibilidad de tomar cualquiera de las formas definidas por la Comisión Nacional de Televisión en las normas que regulan la operación de las cadenas comerciales de televisión en el nivel de cubrimiento nacional.

ARTÍCULO 30º. CONTENIDO DE LOS MENSAJES O ANUNCIOS COMERCIALES. Los mensajes comerciales deberán ser veraces, atender las normas propias de la sana competencia y lealtad comercial, no atentar contra la honra de las personas, de las instituciones o de los símbolos patrios, ni contener alusiones, imágenes o frases que perjudiquen la formación de la infancia.

ARTÍCULO 31º. ADECUACIÓN DE LOS MENSAJES A LA FRANJA DE AUDIENCIA. La publicidad deberá responder, según su contenido y tratamiento a las franjas de audiencia en que se presenten. No se podrán transmitir en la franja infantil anuncios comerciales de producciones cinematográficas o de programas de televisión clasificados para mayores de edad o cuya temática sea apta sólo para la franja de adultos.

En la franja familiar se podrá presentar esta clase de publicidad, siempre que sus imágenes y contenido se adecuen a la misma.

ARTÍCULO 32º. DURACIÓN DE LOS ANUNCIOS COMERCIALES DENTRO DE UN PROGRAMA. Las estaciones locales con ánimo de lucro podrán transmitir seis (6) minutos de comerciales por cada media (½) hora de programación, conforme al Acuerdo No. 10 de 1997 de la Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión y de sus posteriores modificaciones.

ARTÍCULO 33º. ANUNCIOS COMERCIALES SOBRE PRESERVATIVOS



SANITARIOS. Los anuncios comerciales sobre preservativos sanitarios no deberán incitar a los usuarios a la promiscuidad ni pretender que éstos son el único mecanismo para evitar el contagio de enfermedades de transmisión sexual. Estos anuncios sólo podrán pautarse después de las 19:00 horas .

ARTÍCULO 34º. ANUNCIOS DE CIGARRILLOS, TABACOS Y BEBIDAS ALCOHÓLICAS. Los anuncios de cigarrillos, tabacos y bebidas alcohólicas, se realizarán de conformidad con las disposiciones del Ministerio de Salud, el Consejo Nacional de Estupefacientes y la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN.

ARTÍCULO 35º. PERMISOS DE AUTORIDAD COMPETENTE PARA DETERMINADOS ANUNCIOS COMERCIALES. Los anuncios comerciales referentes a marcas, productos o servicios cuya emisión requiera permiso, autorización o certificación de alguna autoridad, de acuerdo con las disposiciones legales vigentes, serán permitidos por el concesionario una vez le sean presentados los documentos que expidan las autoridades competentes.

ARTÍCULO 36º. SOSTENIMIENTO ESTACIONES LOCALES SIN ANIMO DE LUCRO. Las estaciones locales sin ánimo de lucro tendrán la posibilidad de aceptar cualquiera de las formas que se relacionan a continuación a fin de desarrollar su operación:

- Aportes: Se entiende por aporte la contribución de cualquier bien o servicio en favor de la estación local destinado a apoyar su actividad de manera general y sin referencia a un programa específico.
- Auspicio: Se entiende por auspicio la contribución que se efectúa para que se produzca un programa específico o para que se adquieran los derechos de transmisión.
- Colaboración: Se entiende por colaboración el suministro de uno o varios programas determinados y de sus derechos de emisión para ser transmitidos por la estación local.
- Patrocinio: Se entiende por patrocinio la contribución que se efectúe para la emisión de uno o varios programas o secciones de éste, o éstos, que hayan sido producidos, o cuyos derechos de emisión ya hayan sido adquiridos.

PARÁGRAFO: Cuando se trate de transmisiones de eventos culturales y recreativos especiales, se aplicarán las normas previstas para la comercialización en las cadenas Uno y A de Inravisión, sin perjuicio del objeto de la respectiva estación local sin ánimo de lucro.

ARTÍCULO 37º. RECONOCIMIENTO: Se entiende por reconocimiento la referencia que se haga de la persona, o de la empresa, marca, producto o servicio que éstas indiquen, que haya prestado su contribución a la estación local sin ánimo de lucro en cualquiera de las formas definidas anteriormente.

PARAGRAFO: Para todas las formas de contribución del presente acuerdo (aportes, auspicios, colaboraciones y patrocinios), el reconocimiento consistirá en la presentación del diseño característico que sirve de emblema a la persona o personas que hayan realizado la contribución, a la empresa, marca, producto o servicio que dichas personas indiquen y podrán efectuarse en forma hablada, visual o en ambas formas, con ayudas estáticas o animadas, sin la participación de modelos vivos y podrán incluir lema, agregado o calificación. Únicamente se permitirá la inclusión de modelos vivos cuando se trate de campañas institucionales o mensajes que promuevan acciones de beneficio colectivo y de interés exclusivamente social y comunitario.

ARTÍCULO 38°. Los reconocimientos deberán incluirse al inicio y finalización del respectivo programa. En los programas que por sus características puedan dividirse en secciones, podrá además presentarse un reconocimiento por cada sección, con una duración máxima de cinco (5) segundos. Los programas mencionados no podrán tener más de tres (3) secciones.

ARTÍCULO 39°. REINVERSION DE RECURSOS. Los concesionarios del servicio de televisión local sin ánimo de lucro deberán invertir, en todos los casos, los recursos que obtenga la estación en su adecuado funcionamiento, mejoramiento de equipos y de programación que se emita a través de ella y en general en inversiones que garanticen la adecuada continuidad en la prestación del servicio y en el desarrollo de los fines y principios del servicio, definidos en el artículo 4° del presente acuerdo.

## CAPITULO VI NORMAS TÉCNICAS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TELEVISIÓN A NIVEL LOCAL

ARTÍCULO 40°. NORMAS TÉCNICAS. Son todos aquellos parámetros técnicos esenciales tales como la potencia de operación, la frecuencia de operación, la ubicación y altura de la antena entre otros, que las estaciones locales de televisión deberán cumplir con el propósito de contar con mecanismos de control y supervisión que garanticen la operación de dichas estaciones. Dichas normas serán expedidas por la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN en el Plan Nacional de Utilización de las Frecuencias para el servicio de televisión local.

ARTÍCULO 41°. DISTRIBUCIÓN DE LA SEÑAL: La COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN adoptará las medidas necesarias para la implementación de nuevas tecnologías en la prestación de los servicios de televisión local. La distribución de señales locales se hará utilizando el espectro radioeléctrico

PARÁGRAFO PRIMERO: La frecuencias radioeléctricas serán otorgadas por parte de la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN de acuerdo con la disponibilidad existente.

PARÁGRAFO SEGUNDO: Los Operadores Locales deberán cumplir todos los requerimientos técnicos que solicite la Comisión.

PARÁGRAFO TERCERO: El transmisor debe cumplir con las normas de transmisión establecidas para el país, norma NTSC/M.

La frecuencia y la potencia de operación, polarización y offset, así como los demás requerimientos técnicos, deberán contar con la aprobación de la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN.

El área geográfica del servicio debe estar bien delimitada con el objeto de calcular las características técnicas que permitan ofrecer un servicio adecuado y la no interferencia de frecuencias.

La Comisión Nacional de Televisión le asignará a cada operador, la frecuencia de operación de acuerdo con las disponibles en la localidad, y con base en ésta, el operador local deberá realizar un estudio de campo y propagación que le permita corroborar a la Comisión Nacional de Televisión la factibilidad del diseño técnico, para su visto bueno y posterior implementación.

Este estudio de campo deberá contener un análisis de interferencias y la información de las mediciones efectuadas. Adicionalmente, se deben anexar todas las características de los equipos, como resultado del diseño de Ingeniería.

El operador deberá presentar el análisis respecto a efectos de la orientación de antenas, polarización y offset de la señal transmitida con relación a la calidad del servicio de televisión local.

ARTÍCULO 42º. SISTEMAS DE PRODUCCIÓN, POSTPRODUCCIÓN Y EMISIÓN: Las estaciones de televisión local deberán contar con los equipos de producción, postproducción y emisión necesarios para obtener una buena calidad de la señal, así como la infraestructura física necesaria para lograr un buen desempeño de todos los equipos involucrados en llevar la señal a los televidentes.

## CAPITULO VII RÉGIMEN SANCIONATORIO NIVEL LOCAL

ARTÍCULO 43º COMPETENCIA. La Junta Directiva de la Comisión Nacional de Televisión investigará y sancionará las conductas en que incurran los concesionarios del servicio público de televisión en el nivel local, tipificadas como faltas en el presente acuerdo, mediante proceso administrativo.

ARTÍCULO 44º. PRINCIPIOS. Para efectos de dar inicio al procedimiento administrativo se atenderán los principios consagrados en todas las disposiciones sustanciales y procedimentales contenidas en el ordenamiento jurídico vigente a la fecha de la ocurrencia del hecho que origina la sanción.

ARTÍCULO 45º. CRITERIOS PARA DETERMINAR LA SANCIÓN. Se tendrán como criterios para efectos de graduar la sanción, los antecedentes del infractor,

el grado de perturbación del servicio, la naturaleza y efectos de la falta, las modalidades y circunstancias de los hechos que dieron lugar a ésta y la reincidencia.

## FALTAS Y SANCIONES DE LOS CONCESIONARIOS DE TELEVISIÓN EN EL NIVEL LOCAL

ARTÍCULO 46º. CLASIFICACIÓN DE LAS FALTAS. Las faltas en que incurran los concesionarios de televisión en el nivel local, en cumplimiento de la prestación de este servicio se clasificarán así:

### 1. Faltas de primer orden:

Se consideran como faltas de primer orden las siguientes conductas en que incurran los concesionarios de televisión en el nivel local, las cuales les acarrearán las sanciones que a continuación se señalan;

a) Informar a los televidentes de manera parcializada o tendenciosa sucesos o noticias. Sanción: multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta, o suspensión entre uno (1) y tres (3) meses, o caducidad del contrato o revocatoria de la licencia.

b) Comprometer la objetividad e imparcialidad del contenido de un programa a cambio de retribución en dinero o en especie por parte de terceros que se beneficien de aquel, salvo que se trate de programas de televentas y que cumplan con la reglamentación vigente. Sanción: multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta, o suspensión entre uno (1) y tres (3) meses, o caducidad del contrato o revocatoria de la licencia.

c) Denigrar de una religión, clase social, raza, cultura, sexo o condición sexual, de personas con defectos físicos o de partidos o movimientos políticos. Sanción multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta o suspensión entre uno (1) y tres (3) meses, o caducidad del contrato o revocatoria de la licencia.

d) Difundir informaciones inexactas, falsas, injuriosas o lesivas de la honra o del buen nombre de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas. Sanción: rectificación de acuerdo con las condiciones establecidas en el artículo 30 de la ley 182 de 1995.

e) Negarse a otorgar el derecho de rectificación cuando hubiere lugar, conforme al procedimiento descrito en el artículo 30 de la ley 182 de 1995. Sanción: multa entre cien (100) y mil (1,000) salarios mínimos mensuales vigentes al momento en que se incurrió en la falta o suspensión del servicio entre uno (1) y treinta (30) días hábiles o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

f) Haber tenido la obligación de rectificar por orden de la Comisión o de un juez competente, y no haberlo hecho en más de tres (3) ocasiones, informaciones inexactas, injuriosas, falsas o lesivas de la honra o del buen nombre de personas naturales o jurídicas, públicas o privadas. Sanción: multa entre cien (100) y mil (1,000) salarios mínimos mensuales vigentes al momento en que se incurrió en la

falta o suspensión del servicio entre uno (1) y treinta (30) días hábiles o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato, conforme a las sanciones establecidas en el párrafo 1º del artículo 30 de la ley 182 de 1995.

g) Utilizar el sexo y la violencia en condiciones diferentes a las establecidas en el acuerdo No. 17 de 1997 de la Comisión Nacional de Televisión. Sanción: suspensión temporal del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

h.) Emitir, en cualquier franja, programas o anuncios comerciales de contenido pornográfico. Sanción multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta o suspensión temporal del servicio hasta por tres (3) meses, o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

i) Violar las disposiciones contempladas en el código del menor. Sanción: suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

j) Hacer publicidad directa o indirecta de licores, cigarrillos y tabacos o de sus marcas, en horarios y condiciones no autorizados. Sanción multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta o suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

k) Hacer publicidad de cultos religiosos, partidos políticos o ideologías de cualquier índole, que induzcan al televidente, mediante dolo o culpa, a adherirse o a tomar decisiones frente a éstos. Sanción: multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta; suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

l) Incluir en la programación anuncios comerciales que promocionen cualidades, calidades o características de bienes o servicios que no puedan ser demostrados de manera objetiva. Sanción: multa entre cien (100) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta; suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

m) Incumplir los porcentajes de producción nacional establecidos en el artículo 33 de la ley 182 de 1995. Sanción: suspensión del servicio por un período de tres (3) a seis (6) meses o a la declaratoria de la caducidad de la concesión.

n) Incumplir con la obligación de anteponer a la transmisión de sus programas un aviso en donde se indique en forma escrita y oral la edad mínima apta para ver dicho programa, anunciando igualmente si contiene o no violencia y a su vez la existencia de escenas para público adulto. Sanción: multa entre cien (100) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta; suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

o) Cuando una sociedad concesionaria de televisión en el nivel local enajene o ceda los derechos de la sociedad, en términos diferentes a los previstos en el artículo 15º del presente acuerdo. Sanción: además de la declaratoria de ineficacia

de la operación, multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta o suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

p) Suspender, sin causa justificada, la transmisión de la señal de televisión. Multa entre cien (100) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta o suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato.

q) Utilizar frecuencias que no le hayan sido asignadas para la transmisión de la señal de televisión. Multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta o suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad administrativa del contrato. En todo caso el concesionario no podrá continuar emitiendo en la frecuencia no asignada.

r) Ser titulares o productores, directamente o por interpuesta persona o en asociación con otras empresas, de más de una concesión del servicio de televisión en los niveles local, nacional y regional. Esta limitación se extiende a los cónyuges, compañera o compañero permanente y a los parientes de estos en el cuarto grado de consanguinidad, segundo de afinidad y primero civil. Multa entre seiscientos (600) y seis mil (6.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha en que se imponga la sanción, conforme lo ordena el literal d) del artículo 5º de la Ley 182 de 1995.

s) Ceder la ejecución de la obligación objeto de la concesión otorgada por la Comisión Nacional de Televisión para operar el servicio de televisión en el nivel local. Multa entre doscientos cincuenta (250) y milquinientos (1.500) salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha en que se imponga la sanción.

t) Incumplir el deber de mantener al día y clasificados los archivos fílmicos de la programación y los anuncios comerciales emitidos. Multa entre cien (100) y mil (1,000) salarios mínimos legales vigentes en la fecha en que se cometió la falta o suspensión del servicio hasta por tres (3) meses o revocatoria de la licencia o caducidad del contrato.

u) Las demás que contraríen la Constitución, la ley y el presente acuerdo y las normas que lo modifiquen, adicionen o reformen en cuanto a la calidad técnica de la señal que reciban los usuarios.

## 2. Faltas de segundo orden

Se consideran como faltas de segundo orden las conductas realizadas por los concesionarios de televisión en el nivel local que adelante se relacionan, las cuales les acarrearán las sanciones de amonestación, multas hasta de cien (100) salarios mínimos legales vigentes a la fecha en la que tuvo lugar la infracción o suspensión de hasta tres (3) meses:

a) Exceder el tiempo autorizado para la transmisión de anuncios comerciales, por cada media hora de programación.

b) Exceder el tiempo autorizado para la transmisión de reconocimientos, por cada media hora de programación.

- c) Transmitir la programación de la estación con deficiencias técnicas que dificulten la buena recepción de la señal y la comprensión de los mensajes.
- d) Omitir la transmisión del Himno Nacional en la iniciación o cierre de la emisión de cada día o en los horarios establecidos para el efecto por la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN o el Gobierno Nacional.
- e) No informar a la teleaudiencia sobre la programación a emitirse cada vez que concluya un programa y se inicie otro.
- f) Interferir con su señal la de otros operadores.
- g) No identificar cada vez que termine un corte de comerciales el título del programa que se está presentando.
- h) Las demás que contraríen la Constitución, la ley y el presente acuerdo y las normas que lo modifiquen, adicionen o reformen en cuanto a la calidad técnica de la señal que reciban los usuarios.

PARÁGRAFO: Cuando el concesionario reincida por más de tres (3) veces en una o varias de las conductas señaladas en el presente artículo, será acreedor a la sanción de multa entre doscientos cincuenta (250) y mil (1,000) salarios mínimos legales mensuales vigentes a la fecha en que se cometa la falta.

## PROCEDIMIENTO

ARTÍCULO 47º. PROCEDIMIENTO GENERAL. Será aquel aplicable a todas las conductas objeto de sanción cuyo procedimiento no esté plenamente establecido en una norma especial.

ARTÍCULO 48º. QUEJA. Cualquier persona que considere que en un programa o anuncio comercial se ha transgredido la Constitución, la ley o el presente acuerdo y las normas que lo modifiquen, adicionen o complementen, podrá presentar dentro del mes siguiente a la emisión del programa o comercial, queja formal ante la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN.

La queja deberá contener, por lo menos, identificación de la estación local, del programa o comercial, día y hora, y expresar los motivos de su inconformidad.

ARTÍCULO 49º. INDAGACIÓN PRELIMINAR. Cuando la Comisión, de oficio o a petición de parte, considere necesario verificar la ocurrencia de una conducta constitutiva de falta, ordenará una indagación preliminar, para lo cual el funcionario competente hará uso de los medios de prueba legalmente reconocidos durante un término que no podrá exceder de treinta (30) días hábiles.

La indagación preliminar no podrá extenderse a hechos distintos del que fue objeto de queja o iniciación oficiosa o los que le sean conexos; al vencimiento de este término perentorio el funcionario sólo podrá abrir investigación o archivar el expediente.

ARTÍCULO 50º. SUSPENSIÓN TEMPORAL. Cuando de la indagación, de la queja o de oficio la Comisión considere que existen serios indicios de violación grave de

la ley o que atenten de manera grave y directa contra el orden público, ordenará la suspensión temporal y de manera preventiva de la emisión del programa o anuncio comercial.

**ARTÍCULO 51º. DE LA INVESTIGACIÓN.** Cuando de la indagación preliminar de la queja o de un informe de funcionario competente se establezca la existencia de una falta en que incurra un concesionario u operador se ordenará la investigación respectiva. El auto de trámite que la ordene contendrá como mínimo los siguientes requisitos:

1- Breve fundamentación sobre la existencia del hecho u omisión que se investiga y sobre el carácter de falta disciplinaria.

2- La orden de las pruebas que se consideren conducentes.

La anterior decisión se comunicará al concesionario u operador, contra la cual no procede recurso alguno.

**ARTÍCULO 52º. TERMINO DE LA INVESTIGACIÓN.** Cuando la falta que se investigue sea de las señaladas como de primer orden, el término será hasta de un (1) mes contado a partir del inicio de la investigación. Cuando la falta que se investigue sea de las señaladas como de segundo orden, el término será hasta de quince (15) días. En cualquiera de los dos casos el término podrá prorrogarse por el equivalente a la mitad de cada uno de ellos, según la complejidad de las pruebas.

En el evento de presentarse concurrencia de faltas pertenecientes a los dos ordenes en una misma investigación, el término será el correspondiente para las faltas de primer orden.

Cumplido este término y realizada la evaluación respectiva, la Comisión procederá a formular cargos o a ordenar el archivo definitivo del expediente, y en tal caso dará comunicación al quejoso.

**ARTÍCULO 53º. FORMULACIÓN DE CARGOS.** La Comisión formulará cargos cuando esté demostrada objetivamente la falta que compromete la responsabilidad del concesionario u operador dentro del mes siguiente al vencimiento del período previsto en el artículo anterior.

**ARTÍCULO 54º. DESCARGOS.** El concesionario u operador dispondrá de un término de diez (10) días hábiles, contados a partir de la notificación del auto que contiene los cargos, para presentar sus descargos, solicitar y aportar pruebas, si lo estima conveniente. Durante este término el expediente permanecerá a su disposición en la Oficina de Regulación de la Competencia de la Comisión Nacional de Televisión.

**ARTÍCULO 55º. TERMINO PARA DECRETAR PRUEBAS.** Vencido el término señalado en el artículo anterior, la Comisión tendrá hasta quince (15) días para decretar las pruebas solicitadas y las que de oficio considere conducentes. Contra el auto que rechace las pruebas solicitadas no procede recurso alguno.



ARTÍCULO 56°. TERMINO PARA PRACTICAR PRUEBAS. La Comisión dispondrá de un término de hasta de treinta (30) días hábiles para practicar las pruebas decretadas.

ARTÍCULO 57°. TERMINO PARA DECIDIR. Practicadas las pruebas, la Junta Directiva de la Comisión proferirá en única instancia decisión de fondo en un término no superior a treinta (30) días hábiles. En el evento de no presentar descargos el concesionario u operador dentro del término establecido para ello, la Junta Directiva dispondrá de treinta (30) días hábiles para decidir.

ARTÍCULO 58°. RECURSO DE REPOSICIÓN. Contra la resolución que imponga la sanción, procederá únicamente el recurso de reposición ante la Junta Directiva de la Comisión.

ARTÍCULO 59°. REMISIÓN A OTRAS NORMAS. Cuando existan vacíos en el procedimiento señalado anteriormente, la Comisión aplicará, en lo pertinente, las normas generales del debido proceso.

ARTÍCULO 60°. TRASLADO PARA LA INVESTIGACIÓN DISCIPLINARIA. Cuando de la investigación que adelante la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN por la infracción de las faltas señaladas en el artículo anterior, se deduzca la presunta responsabilidad de un servidor público se dará traslado a la autoridad competente para que adelante el correspondiente proceso disciplinario, si a ello hubiere lugar.

### CAPITULO VIII DISPOSICIONES VARIAS

ARTÍCULO 61°. ARCHIVOS FÍLMICOS. Para efectos del control a cargo de la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, las estaciones locales, deberán mantener por el término de seis (6) meses, los archivos fílmicos de la programación y publicidad emitidas según el caso, los cuales podrán ser consultados en cualquier tiempo por la COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN.

ARTICULO 62°. VIOLACIÓN A LA OBLIGACIÓN DEL NO ÁNIMO DE LUCRO. Enmascarar, con la calidad de carencia de ánimo de lucro, actividades lucrativas, rendimientos o beneficios económicos a fin de distribuirlos a las personas llamadas inversionistas, accionistas o aportantes, tal como lo establece el parágrafo 2º. del artículo 3º. del presente Acuerdo.

Esto se considerará, conforme al artículo 24 de la Ley 182 de 1995, como un servicio clandestino y, en consecuencia, se procederá a la correspondiente suspensión de la licencia y a la aplicación de las demás medidas consagradas en el artículo en mención. Esta sanción aplica a las estaciones locales sin ánimo de lucro.

CAPITULO IX  
INSTRUMENTACION PROCEDIMENTAL

ARTICULO 63º. INSTRUMENTACION PROCEDIMENTAL RESPECTO DE LAS ESTACIONES LOCALES SIN ANIMO DE LUCRO. Cuando por resolución la Junta Directiva de la CNTV convoque a la ciudadanía a participar como aspirantes a ser adjudicatarios de concesión para la prestación del servicio de televisión a "nivel local sin ánimo de lucro", mediante el otorgamiento de licencia, se determinarán los requisitos requeridos para la formulación de las respectivas solicitudes que en términos generales coincidirán con las prescripciones legales vigentes.

En la resolución se relacionarán los documentos que deben ser presentados con la solicitud y se fijará la fecha inicial a partir de la cual los aspirantes podrán ir presentándose ante la CNTV, para entrar en turno riguroso de evaluación sucesiva y de eventual otorgamiento de la concesión de operación, mediante licencia, dentro de los plazos particulares correspondientes a cada solicitante.

ARTÍCULO 64º. El presente Acuerdo regirá en armonía y concordancia con los demás Acuerdos y Resoluciones expedidos por la Comisión Nacional de Televisión, así como con las variaciones, modificaciones y adiciones que sufran y que lo afecten.

En caso que las regulaciones que expida la Comisión Nacional de Televisión para otros operadores del servicio de televisión, permitan un mayor tiempo de comercialización u otras modalidades de anuncios comerciales, esta medida se hará extensiva a los operadores del servicio público de televisión en el nivel local con ánimo de lucro.

ARTICULO 65º VIGENCIA . El presente Acuerdo rige a partir de la fecha de su publicación.

Dado en Santa Fe de Bogotá, D.C., a los

PUBLÍQUESE, COMUNÍQUESE Y CÚMPLASE.

**JORGE VALENCIA JARAMILLO**

**Director (E)**

**CARLOS MUÑOZ**

**Comisionado**

**ALVARO PAVA CAMELO**

**Comisionado**

**EUGENIO MERLANO DE LA OSSA**

**Comisionado**


## Anexo B

### COTIZACIONES DE EQUIPOS PARA EL MONTAJE DEL CANAL UNIVERSITARIO TVU


		Carrera 32 No. 10 A 56		<b>CIUDAD</b>	UN.Nal.Mzles
		Tel 3221905-06 Fax 3346183 Cali		<b>CLIENTE</b>	Compras
NIT No.890 328298-6		Calle 25A No.2574 Tel.2684919 Bogota		<b>ENVIAR A:</b>	
		COLOMBIA		<b>TELÉFONOS</b>	
<b>Cotización No</b>	<b>c102505-2</b>	<b>Dirección</b>			

Cant	Equipo	Marca	Modelo	Valor Un.	Total
3	Camcorder de 3 CCDs	Sony	DSR-PDX10	2,840	\$ 8,520
6	Baterías de Lithium Extras	Power 2000	NP-QM91	105	\$ 630
3	Kit de trípode y Cabeza	Bogen	3221WN-501	540	\$ 1,620
6	Micrófonos Lavalier	AudioTechnica	Pro 70	155	\$ 930
2	Luces DeFoco dirigido y portabanderas	Lowel	Omni	325	\$ 650
4	Luces De relleno para cuarzos	Lowel	Tota	195	\$ 780
8	Cuarzos para totas	Genérico	EMD	36	\$ 288
4	Portagelatinas	Lowel	T1-20	50	\$ 200
6	Filtros tipo Gelatina	Lowel	GF-10	16	\$ 96
4	Sombrillas Reflectoras	Lowel	T1-25	46	\$ 184
6	Stand para luces	Impact		98	\$ 588
2	Videograbadoras Formato DV	Panasonic	Ag-DV2500	2,780	\$ 5,560
1	Switchers de video de 5 entradas	Panasonic	AW-SW350	4,460	\$ 4,460
1	Videograbadora digital de disco duro	Darim		2,790	\$ 2,790
1	Consola de audio	Behringer	UB1222FX-PRO	270.00	\$ 270
Subtotal F.O.B. Miami Us \$					\$ 27,566
Transportes,seguros,aranceles y Nacionalización de los Equipos					\$ 4,686
Valor CIF.(Subtotal FOB. Mas Gastos) por cambio oficial a pesos Col.					\$ 32,252
<b>Valor Total</b>			<b>Subtotal</b>		<b>\$ 75,792,717</b>
			<b>IVA</b>		<b>\$ 12,126,835</b>
<b>Moneda</b>	Pesos Colombianos			<b>Total</b>	<b>\$ 87,919,552</b>
<b>Forma de Pago</b>	50 % a la firma del pedido y 50% a la entrega en su oficina para su instalación				
<b>Tiempo de Entrega</b>	30 días después de recibido el anticipo				
<b>Validez de la oferta</b>	30 días				
<b>Garantía</b>	1 año contra defectos de fabricación en condiciones de operación normal de los Equipos				
<b>Entrenamiento</b>	tres días sobre la operación de los Equipos, adicional de común acuerdo				
<b>Vendedor</b>	<b>Nota</b>				

		Carrera 32 No. 10 A 56		<b>CIUDAD</b>	Manizales
		TEL 3221905-06 Fax 3346183 Cali		<b>CLIENTE</b>	Un. Nal de Manizales
NIT No.890 328298-6		Calle 25A No.2574 TEL.2684919 Bogota		<b>ENVIAR A:</b>	
		COLOMBIA		<b>TELÉFONOS</b>	
<b>Cotización No</b>	<b>C102505-1</b>	<b>Dirección</b>			

Cant	Equipo	Marca	Modelo	Valor Un.	Total
<b>Sistema de Edición Digital (Fire Wire) y análogo Matrox RTX100 Xtreme</b>					
1	Torre profesional de 5 Bahías Fuente de 400wattios	Generica	400Wattios		\$ 0
1	MotherBoard ,Bus de 800 Mhz,chipset Intel I915	Asus	P5GDC Deluxe		\$ 0
1	procesador pentium 4 de 800 Mhz	Intel	3.2Ghz		\$ 0
1	Modulo de memoria de 1 GB. DDR2	Kingston	Pc3200		\$ 0
1	Tarjeta de doble monitor SVGA de 128 Mb	EVGA	PCI express		\$ 0
1	Disco duro para el sistema .de 80GB	Matrox	Ultra ata		\$ 0
1	Disco duro para Video de 250 GB	Matrox	Sata		\$ 0
1	Quemador de DVds 16X.	Sony	16X		\$ 0
1	Sistema operativo Windows XP SP2	Microsoft	Windows XP		\$ 0
1	Teclado y Mouse	genéricos			\$ 0
1	Valor del sistema configurado y garantía de un año			\$1,890	\$ 1,890
1	Modulo de edición en tiempo Real con caja de conexiones análogas y digital y el siguiente software:	Matrox	RTx100Xtreme	\$1,400	\$ 1,400
	Edición en tiempo Real	Adobe	Premiere Pro 1.5		\$ 0
	Composición de vides	Adobe	After Effects 6.5 St.		\$ 0
	Edición de Audio	Adobe	Audition		\$ 0
	Edición y montaje de DVDs	Adobe	Encore		\$ 0
1	Monitor de cristal Liquido	ACER	17"	\$340	\$ 340
1	Monitor de Video profesional de 13 pulgadas	JVC	TMA13SU	\$390	\$ 390
1	Bafles: 2 satélites de 5W y subwoofer de 15W	Tascam	VLS21	\$180	\$ 180
				Subtotal F.O.B. Miami Us \$	\$ 4,200
				Transportes,seguros,aranceles y Nacionalización de los Equipos	\$ 714
				Valor CIF.(Subtotal FOB. Mas Gastos) por cambio oficial a pesos Col.	\$ 4,914
<b>Valor Total</b>				<b>Subtotal</b>	\$ 11,547,900
				<b>IVA</b>	\$ 1,847,664
<b>Moneda</b>				<b>Total</b>	\$ 13,395,564
<b>Forma de Pago</b>				50 % a la firma del pedido y 50% a la entrega en su oficina para su instalación	
<b>Tiempo de Entrega</b> 30 días después de recibido el anticipo					
<b>Validez de la oferta</b> 30 días					
<b>Garantía</b> 1 año contra defectos de fabricación en condiciones de operación normal de los Equipos					
<b>Entrenamiento</b> tres días sobre la operación de los Equipos, adicional de común acuerdo					
<b>Vendedor</b>			<b>Nota</b>		

		Carrera 32 No. 10 A 56		<b>CIUDAD</b>	Manizales
		TEL 3221905-06 Fax 3346183 Cali		<b>CLIENTE</b>	Un. Nal de Manizales
NIT No.890 328298-6		Calle 25A No.2574 TEL.2684919 Bogota		<b>ENVIAR A:</b>	
		COLOMBIA		<b>TELÉFONOS</b>	
<b>Cotización No</b>	<b>c102505-3</b>	<b>Dirección</b>			

Cant	Equipo	Marca	Modelo	Valor Un.	Total	
<b>Computador configurado para sistema de producción en vivo, con switcher de 8 canales</b>						
<b>Edición de video y audio sin comprimir en Tiempo real y animación en 3D. VT4/SX84/RS8</b>						
1	Torre profesional de 5 Bahías Fuente de 450wattios	Antec	450 wattios		\$ 0	
1	MotherBoard ,Bus de 800 Mhz,para doble Procesador	Tyan	S2676ANRF		\$ 0	
2	procesadores pentium Xeon	Intel	3.0Ghz		\$ 0	
2	Módulos de memoria de 1 GB. DDR PC3200	Kingston	Pc3200		\$ 0	
1	Tarjeta de doble monitor SVGA de 128 Mb	EVGA	PCI express		\$ 0	
1	Disco duro para el sistema .de 80GB	Matrox	Ultra ata		\$ 0	
2	Discos duros Sata para Video de 250 GB c/u	Matrox	Sata		\$ 0	
1	Quemador de DVds 16X.	Sony	16X		\$ 0	
1	Sistema operativo Windows XP SP2	Microsoft	Windows XP		\$ 0	
1	Teclado y Mouse	genéricos			\$ 0	
1	Valor del sistema configurado y garantía de un año			\$3,400	\$ 3,400	
1	Modulo de edición de video sin comprimir en tiempo real con Software de animación en 3D,Lightwave 8.0	Newtek	VT4	\$7,300	\$ 7,300	
1	Switcher de video para el anterior de 8 canales de vides sin comprimir y 4 de audio, para producción en vivo con graficación y VTRs virtuales	Newtek	SX84		\$ 0	
1	teclado profesional para los anteriores	Newtek	RS8		\$ 0	
2	Monitores de cristal Liquido	ACER	17"	\$345	\$ 690	
1	Monitor de Video de 13 pulgadas	JVC	TMA13SU	\$405	\$ 405	
1	Baffles: 2 satélites de 5W y subwoofer de 15W	Tascam	VLS21	\$160	\$ 160	
Nota. Este sistema nos permite editar,graficar,animar, y producir en vivo con varias cámaras, automatizando mediante VTRs.virtuales la emisión en vivo o Grabada						
				Subtotal F.O.B. Miami Us \$	\$ 11,955	
				Transportes,seguros,aranceles y Nacionalización de los Equipos	\$ 2,032	
				Valor CIF.(Subtotal FOB. Mas Gastos) por cambio oficial a pesos Col.	\$ 13,987	
<b>Valor Total</b>				<b>Subtotal</b>	\$ 32,870,273	
				<b>IVA</b>	\$ 5,259,244	
<b>Moneda</b>			Pesos Colombianos		<b>Total</b>	\$ 38,129,516
<b>Forma de Pago</b>		50 % a la firma del pedido y 50% a la entrega en su oficina para su instalación				
<b>Tiempo de Entrega</b>	30 días después de recibido el anticipo					
<b>Validez de la oferta</b>	30 días					
<b>Garantía</b>	1 año contra defectos de fabricación en condiciones de operación normal de los Equipos					
<b>Entrenamiento</b>		tres días sobre la operación de los Equipos, tiempo adicional de común acuerdo				
<b>Vendedor</b>		<b>Nota</b>				

## **ANEXO C**

### **UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA- SEDE MANIZALES**

**FORMATO: ENTREVISTA A PROFUNDIDAD.**

**TEMA: DESCRIPCION DEL CANAL UNIVERSITARIO TVU**

#### **OBJETIVO:**

Definir a través de una entrevista a profundidad los principios, las diferencias, las fortalezas y las competencias del canal TVU.

**PUBLICO OBJETIVO:** Las entrevistas serán realizadas a los diferentes actores que intervinieron en el montaje del canal como: Directivos de Emtelsa, Directivos de la Universidad Nacional, Profesores que intervinieron en la presentación de los programas, equipo técnico y personal de producción. Adicionalmente realizaremos la entrevista a varios televidentes.

#### **SINOPSIS CANAL TVU.**

El canal TVU es el nuevo canal de EPM TELEVISION que en asocio con la Universidad Nacional de Colombia- Sede Manizales inició su emisión el día 16 de Noviembre de 2005, con una cobertura local para la ciudad de Manizales.

La grilla de programación actual se emite de Lunes a Viernes desde los estudios de la Universidad Nacional de Colombia-Sede Manizales y se compone así:

HORARIO	PROGRAMA	FORMATO	PRODUCE
5:00 A 6:00 P.M.	CON ARGUMENTOS	EN DIRECTO	U. NACIONAL
6:00 A 6:30 P.M.	TRIBUS	PREGRABADO	U. MANIZALES
6:30 A 7:00 P.M.	HABLEMOS DE....	PREGRABADO	U. NACIONAL
7:00 A 7:30 P.M.	CONVERGENCIA	PREGRABADO	U. NACIONAL
7:30 A 8:00 P.M.	ABRIENDO SUELO	PREGRABADO	U. CALDAS
8:00 A 9:00 P.M.	CON ARGUMENTOS	REEMISION	U. NACIONAL
9:00 A 9:30 P.M.	HABLEMOS DE	REEMISION	U. NACIONAL

La programación del canal universitario TVU se dimensiona como vehículo educativo, que propicie la convivencia pacífica y que vigorice la formación expresiva del ciudadano. Sobre todo el canal universitario debe velar por la ampliación y formación de una audiencia atraída por una oferta más enriquecedora desde el punto de vista del conocimiento y una narrativa de televisión diferente.

1. Considera que el canal TVU, tal y como esta propuesto en el diseño de su programación y presentación de los programas, contribuye a consolidar una televisión diferente?. De acuerdo a su respuesta cree Usted que el canal pueda considerar dentro de sus principios la siguiente frase: **“El problema no es que haya mucha televisión. El problema es que hay mucho de lo mismo”**.
2. Cree Usted que la actual televisión colombiana brinda posibilidades de una televisión educativa, cultural, de conocimiento y de entretenimiento?. De acuerdo a su respuesta considera Usted un principio del canal TVU la siguiente frase: **”La televisión es un flujo permanente de creatividad, innovación, información y conocimiento”**.
3. Considera importante para el canal TVU la emisión de programas en directo teniendo en cuenta que la televisión de hoy es interactiva?. Según su

respuesta aceptaría Ud. Como un principio para TVU la siguiente frase::  
**"Los televidentes desean tener participación activa"**.

4. Bajo el parámetro de que el canal TVU debe fomentar la vinculación de programación de otras universidades del orden local, regional, nacional e internacional puede considerar un principio resumido en la siguiente frase:"**El canal universitario piensa global y actúa local**".
5. Considerando el contenido de la programación y los productores que serán convocados, que serán básicamente universitarios y académicos, para hacer la programación de TVU; puede Usted afirmar que el canal TVU opera bajo el siguiente principio "**El canal 2 es siempre actual, fresco, informal y real**".
6. El canal TVU tendrá en su programación un alto contenido de programación local realizada por las universidades y académicos de la ciudad, puede considerar este principio para el canal: "**Atrae el talento local**".

Para las diferencias de TVU se han planteado cuatro (4) teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

**Interactividad del canal**, porque propone participación de la audiencia a través del programa CON ARGUMENTOS que hace referencia a los 5 consultorios planteados como son: El consultorio Empresarial, Agrario, Médico, Jurídico y Familiar todos realizados por especialistas en cada área.

**Tecnología y conocimiento**: Se implemento un canal totalmente educativo, de conocimiento y cultural enfatizando la televisión como un instrumento tecnológico y educativo al servicio de la academia.



**La información entregada será verás, confiable y oportuna:** El canal en su programación tendrá fundamentalmente fines educativos y académicos por tanto la información entregada será verás, objetiva y oportuna.

**Es un canal positivo:** Los contenidos académicos serán una gran fuente de información para la teleaudiencia quien podrá enriquecer su conocimiento diariamente.

**Un canal con estrellas diferentes.** Los televidentes están acostumbrados en la televisión comercial a crear estereotipos entre las estrellas de la televisión. El canal TVU considera que por su objetivo central lo más atractivo del canal es el conocimiento que pueden encontrar en una televisión especializada y segmentada, por tanto las estrellas del canal serán el conocimiento y la cultura.

Después de esta breve exposición considera Usted que las diferencias del canal TVU frente a otros pueden ser:

## **PORQUE ES DIFERENTE**

El canal 2 es absolutamente participativo.

La tecnología se une al conocimiento.

No se maquillan los hechos.

Tiene un enfoque positivo.

Un canal sin estrellas, sus estrellas serán el conocimiento y la cultura

Considera Usted que aspectos como ubicación en la parrilla de EPM TELEVISION, contenido local, universitario y académico, segmentación de la programación por audiencia y por contenido y la unión de instituciones como LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA- SEDE MANIZALES, EPM TV y EMTELSA, para la implementación del canal se conviertan en su gran fortaleza. Si su análisis es positivo podría Usted pensar en que las fortalezas del canal TVU se resuman así:

### **PORQUE ES FUERTE**

Señal óptima y excelente ubicación en la grilla.

Contenido local en toda la programación.

Segmentación de la programación por contenido.

Programación diseñada y producida por universitarios y académicos.

Equipo de trabajo competitivo y profesional.

Considera Usted que bajo la oferta televisiva existente en Colombia, el proyecto del canal universitario centre sus competencias en los siguientes aspectos:

### **SUS COMPETENCIAS**

Hace la diferencia para los suscriptores de cable.

Unico canal que la competencia no puede ofrecer.

Es una nueva alternativa televisiva en Manizales

Para las instituciones participantes en este proyecto considera Usted que logra los siguientes objetivos empresariales y académicos:

**Como Empresa de Telecomunicaciones y de la Academia.**

Canal que socializa todos los proyectos universitarios.

Liderazgo en la construcción de medios de comunicación con un contenido educativo y de conocimiento para la ciudad.

Crea espacios comunicativos a nivel de información y de educación con una propuesta televisiva entretenida.

**En el aspecto político y social**

Factor de desarrollo de la ciudad.

Medio que hace público la gestión eficiente y transparente de las universidades.

Impulsa a empresas productoras de televisión.