

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE TRES PROGRAMAS DE TELEVISIÓN
UNIVERSITARIA EN BUCARAMANGA**

CAROLINA ANDREA HERNÁNDEZ BUITRAGO

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
BUCARAMANGA**

2010

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE TRES PROGRAMAS DE TELEVISIÓN
UNIVERSITARIA EN BUCARAMANGA**

PRESENTADO POR:

CAROLINA ANDREA HERNÁNDEZ BUITRAGO

Comunicadora Social- Periodista

Modalidad Trabajo de Grado

Director del Proyecto

FIDEL SÁNCHEZ RINCÓN

Realizador de Cine y Televisión

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA BUCARAMANGA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

BUCARAMANGA

2010

NOTA ACEPTACIÓN _____

JURADO

JURADO

BUCARAMANGA _____

A mi familia
por su compañía
y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por darme la sabiduría necesaria para afrontar las adversidades y por permitirme recorrer este camino en compañía de mis padres, hermanos y demás familiares.

Por la disciplina y responsabilidad ante el cumplimiento de mis deberes, agradezco a la incansable labor que mis padres, Carlos Alberto Hernández y Ana Isabel Buitrago, han realizado a través de los años para formarme como un ser humano correcto y agradecido con la vida.

La culminación de este proyecto es sin duda un trabajo en equipo, en donde mis hermanos, Diego y Diana Hernández Buitrago, con su confianza y apoyo incondicional, me animaron a hacerle frente a los obstáculos hasta lograr superarlos.

Agradezco a los directores de los programas de televisión universitarios de la Universidad Cooperativa de Colombia, Universidad de Santander y Universidad Santo Tomás, quienes apoyaron el proyecto dedicando parte de su tiempo y facilitando la información necesaria para lograr el objetivo planteado en esta investigación.

Finalmente, la alegría de ver este proyecto terminado, la comparto con todos los docentes de la Universidad Autónoma del Caribe y de la Universidad Pontificia Bolivariana de Bucaramanga, que influyeron en mi formación profesional.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. JUSTIFICACIÓN	17
2. OBJETIVOS	19
2.1 OBJETIVO GENERAL	19
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
3. MARCO TEÓRICO	20
4. DISEÑO METODOLÓGICO	35
5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
6. CONCLUSIONES	79
7. RECOMENDACIONES	82
BIBLIOGRAFÍA	84
WEBGRAFÍA	85
ANEXOS	88

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Libro de Códigos	88
Anexo 2. Definición Unidades de Clasificación	89
Anexo 3. Datos Consolidados Categorías de Análisis.....	97
Anexo 4. Ficha de Análisis	98
Anexo 5. Entrevistas Estructuradas	114

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Análisis comparativo programas universitarios emitidos en el año 2008. 66

Tabla 2. Análisis comparativo programas universitarios emitidos en el año 2010. 73

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1.Frecuencia de las Categorías de Análisis	48
Figura 2. Categoría de Análisis Información de la Ciudad.....	49
Figura 3. Categoría de Análisis Actividades Académicas Internas.....	50
Figura 4. Categoría de Análisis Actividades administrativas.	52
Figura 5. Categoría de Análisis Recreación Dentro de la Universidad.....	53
Figura 6. Categoría de Análisis Educación en la Ciudad.....	54
Figura 7. Categoría de Análisis Deporte fuera de la Universidad.....	55
Figura 8. Categoría de Análisis Deporte Dentro de la Universidad.	55
Figura 9. Categoría de Análisis Opinión.....	56
Figura 10. Categoría de Análisis Personajes Universitarios.....	57
Figura 11. Categoría de Análisis Personajes de la Ciudad.	57
Figura 12. Categoría de Análisis Actividades Académicas Externas	59
Figura 13. Categoría de Análisis Moda Dentro de la Universidad.....	60
Figura 14. Categoría de Análisis Música Dentro de la Universidad.....	61

Figura 15. Categorías de Análisis Proyectos Institucionales	62
Figura 16. Categoría de Análisis Religión	63
Figura 17. Categoría de Análisis Música Fuera de la Universidad.	63
Figura 18. Total notas por programa.	64

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: ANÁLISIS COMPARATIVO DE TRES PROGRAMAS DE TELEVISIÓN UNIVERSITARIA EN BUCARAMANGA
AUTOR: Carolina Andrea Hernández Buitrago
FACULTAD: Comunicación Social- Periodismo
DIRECTOR: Fidel Eduardo Sánchez Rincón

RESUMEN

La ejecución del análisis comparativo de tres programas de televisión universitaria en Bucaramanga, pretende identificar la estructura narrativa y los principales contenidos que en estos se reflejan.

La metodología del proyecto se basó en el modelo estructurado por Francesco Casetti y Federico di Chio para el análisis de la televisión definido en cinco fases: 1. Definir el problema, 2. Construcción del corpus textual, 3. Definición de las unidades de clasificación, 4. Ficha de análisis, 5. Cómputo de datos.

A partir de dichas fases se determinó la muestra correspondiente a tres emisiones de cada programa universitario durante dos años diferentes: 2008 y 2010. A continuación se establecieron las unidades de clasificación reflejando el número de entradas en la escaleta o boceto del programa, las acciones, características, tiempos parciales y totales, una descripción, la definición de los temas y la asignación de la categoría de análisis correspondiente a cada tema.

Para la elaboración y ejecución de la cuarta fase, se adaptó el protocolo de análisis de contenido expuesto por Belén Monclús Blanco y Miguel Vicente Mariño, determinando datos específicos sobre el desarrollo de los contenidos y una comparación entre ellos, lo cual vendría a manifestarse al realizar el cómputo de todos los datos encontrados.

Como resultado de este proyecto investigativo se generaron conclusiones y recomendaciones a las instituciones participantes: Universidad Santo Tomás, Universidad de Santander, y Universidad Cooperativa de Colombia, las cuales podrían ser tomadas en cuenta también para próximas producciones televisivas a nivel universitario en la ciudad de Bucaramanga.

PALABRAS CLAVES: Televisión universitaria, programación televisiva, contenidos televisivos.

GENERAL SUMMARY OF WORK OF DEGREE

TÍTULO: COMPARATIVE ANALYSIS OF THREE UNIVERSITY
TV SHOWS IN BUCARAMANGA
AUTHOR: Carolina Andrea Hernández Buitrago
FACULTY: Social Communication
DIRECTOR: Fidel Eduardo Sánchez Rincón

ABSTRACT

The execution of the comparative analysis of three university TV shows in Bucaramanga, which pretends identify the narrative structure and the main contents on those that are reflected.

The methodology of the project was based on the structural model by Francesco Casetti and Federico di Chio for the analysis of the television which is defined in five stages: 1. Defining the problem, 2. Building of the textual corpus, 3. Defining the classifiable units, 4. Analysis format, 5. Data Analysis.

From those stages, it was determined the corresponding sample to three emissions of each university TV show during two different years: 2008 and 2010. It was established the classifiable units, reflecting the number of incomes in the TV show layout, the actions, characteristic, partial times and totals, one description, the definition of the topics and the assignment of the analysis categories which correspond for each topic.

To elaborate and to execute the fourth stage, it was adapted the content analysis protocol, which was presented by Belen Monclus Blanco and Miguel Vicente Mariño, determining specific data the development of the contents and a comparison between them, which will be evident when the findings data analysis is realized.

As a result of this research project some conclusions and recommendations were generated to the participant institutions: Universidad Santo Tomas, Universidad de Santander, and Universidad Cooperativa de Colombia, which could be take into account for the next television productions in the university level in the Bucaramanga city.

KEY WORDS: University Television, television programming, television contents.

INTRODUCCIÓN

La televisión universitaria surge en Colombia en la segunda mitad de los 90`s, con la visión de ampliar y transformar las opciones que durante 40 años venía proponiendo la televisión comercial; y 15 años después de que el primer canal regional, Teleantioquia, naciera bajo la premisa de salvaguardar la identidad y la cultura antioqueñas, se dio un proceso similar en otras zonas como el Valle del Cauca, el Caribe, el Oriente y la Zona Cafetera.¹

El 4 de agosto de 1999, La Corporación Canal Universitario de Antioquia, se convirtió en el primer Canal de señal abierta que se nutrió de los esfuerzos que diferentes instituciones de educación superior le inyectaron, para contrarrestar la ausencia de presupuesto, con la implementación de estrategias que apuntarían a la captación y posterior enamoramiento de un público específico interesado en la televisión como un medio que pone la creatividad al servicio del conocimiento.

Según Mauricio Mosquera, en esa apuesta por la creatividad se privilegió el trabajo de jóvenes realizadores al servicio de un proyecto, combinado con la labor de las instituciones educativas socias del Canal que asumieron la función de ampliar la imagen institucional propia, de poner el conocimiento de sus profesores y grupos de investigación al servicio del producto televisivo y de hacer de sus campus y aulas de clase la escenografía de esa nueva comunicación que

privilegia las ganas de conocer el mundo, de progresar, de unirse en torno al conocimiento y a la vida universitaria.

Casi una década más adelante, se crea el Canal Universitario Nacional con el objetivo de realizar y transmitir programas de televisión de interés público, de carácter educativo, científico, social y cultural; además de promocionar las labores docentes y académicas emprendidas desde las instituciones de educación superior privadas y públicas del país, y divulgar las manifestaciones culturales de la región.²

El Canal Universitario Nacional, ahora conocido como “ZOOM”, es un espacio conformado por universidades colombianas con el apoyo de la Comisión Nacional de Televisión, los Ministerios de Comunicaciones, Cultura y Educación, Colciencias y el SENA.

La programación actual del Canal Universitario Nacional Zoom, cuenta con la participación de instituciones de educación superior ubicadas en Cartagena, Bogotá, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga, Tunja, Fusagasugá, Riohacha, Florencia, Villavicencio, Pasto, Popayán, Santa Marta, Armenia, Buenaventura,

¹ MOSQUERA, Mauricio. El show del conocimiento, oportunidades de la televisión universitaria. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. La Paz. 2005.

² NORIEGA, Eduardo. Acuerdo Número 005. Canal Universitario Nacional ZOOM. 18 de septiembre de 2006. Pág. 5.

Montería, Ibagué, Cali y Neiva.³

En Bucaramanga, apoyan la programación del Canal Universitario Nacional, la Corporación Educativa ITAE, la Universidad de Santander (UDES), y la Universidad Industrial de Santander (UIS); mientras que la Universidad Cooperativa de Colombia y la Universidad Santo Tomás, producen sus propios programas que son transmitidos por el Canal Regional del Oriente-TRO.

La creación del Canal Universitario Nacional y las alianzas entre universidades, han ampliado las opciones que la televisión universitaria tenía en un principio para entrar a competir con la televisión comercial. Esto, además de ser un aspecto positivo para la producción audiovisual, desemboca como un factor motivador que le permite a las instituciones direccionar todos los esfuerzos hacia el fortalecimiento de la calidad y variedad de los contenidos, de tal forma que se ajusten a las definiciones, que ampliaremos más adelante, sobre televisión universitaria.

Partiendo de las instituciones de educación superior en Bucaramanga y su área Metropolitana que desde sus claustros implementan la producción de programas televisivos, se basa el siguiente documento investigativo, que pretende analizar los contenidos de tres programas diferentes, durante dos años distintos, haciendo una

³ Canal Universitario Nacional ZOOM. Internet:
<<http://www.zoomcanal.com.co/Universidades/tabid/96/Default.aspx>> Búsqueda realizada el 18 de agosto de

comparación entre sí, y con los enfoques que se vienen implementando en cuanto a televisión universitaria a nivel nacional se refiere.

1. JUSTIFICACIÓN

La televisión como medio masivo de gran trayectoria, ha llegado recientemente a las instituciones de educación superior colombianas para apostarle a la producción de nuevos géneros y contenidos que ofrezcan a las audiencias opciones alternas a los canales comerciales.

Este intento de las universidades por enfrentarse a la creación de un programa de televisión y a su sostenibilidad a través de los años, ya sea asociadas entre sí o independientes, pretende fortalecer la comunicación a nivel educativo hacia la comunidad en general, especialmente la juvenil.

Sin embargo, no basta con generar proyectos televisivos para promocionar el estudio en la academia, sino de asumir la responsabilidad que merece el hecho de querer traspasar las barreras de la educación a través de este medio masivo.

Algunas universidades en Bucaramanga han aceptado por diferentes motivos el reto de exteriorizar su enseñanza a través de la televisión desde hace varios años, naciendo de allí la importancia de dedicarle tiempo al estudio de la estructura y los contenidos proyectados por ser uno de los espacios más adecuados para facilitar los conocimientos de acuerdo con lo que los jóvenes, con o sin oportunidades de recibir formación superior, quieren y necesitan aprender.

Para reconocer los valores positivos y plantear soluciones a los aspectos en los que la televisión universitaria en Bucaramanga necesita fortalecer, se precisa la ejecución de este proyecto investigativo, siendo necesario implementar desde los productores, una conciencia de promover una televisión pluralista, comprometida, y con aportes culturales y críticos frente a las realidades sociales, sin discriminar una entretención educativa que abra las mentes a un mundo globalizado.

Este es un estudio exploratorio que no tiene antecedentes en la región y que permitirá tener un referente real sobre las tendencias de los contenidos en la producción de la televisión universitaria regional, con la posibilidad de ser tenido en cuenta posteriormente en nuevas propuestas formuladas por las Instituciones de Educación Superior de Bucaramanga y otras regiones del país.

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un análisis comparativo de los contenidos de tres programas producidos por Universidades en Bucaramanga.

2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la estructura narrativa y el contenido de los programas universitarios “Reflejos”, de la Universidad Cooperativa de Colombia; “Proyecto U”, de la Universidad de Santander; y “Punto de Encuentro”, de la Universidad Santo Tomás.
- Determinar similitudes y diferencias de los contenidos en los tres programas.
- Determinar si los contenidos han evolucionado de acuerdo a la programación actual.
- Conocer la estructura de producción de la televisión universitaria en Bucaramanga.

3. MARCO TEÓRICO

En el transcurso de la historia los medios de comunicación han sido considerados tradicionalmente como la memoria histórica de los pueblos, a través de ellos las sociedades pueden recordar su pasado, vivir en directo su presente y proyectar lo que será su futuro. La televisión no es la excepción, y en Colombia particularmente refleja una sociedad en constante transformación, que busca afanosamente una identidad en medio de los actuales paradigmas de la tecnología y la globalización.⁴

Para la realización de esta investigación, se tuvo en cuenta el Análisis de Contenido principalmente, el cual tiene tantas definiciones como teóricos que han trabajado en relación a esta técnica de investigación.

Jaime Andreú Abela, menciona que el Análisis de Contenido es “una técnica de interpretación de textos, ya sean escritos, grabados, pintados, etc. El denominador común de todos estos materiales es su capacidad para albergar un contenido que leído e interpretado adecuadamente nos abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida social”.⁵

⁴ Biblioteca Luis Ángel Arango del Banco de la República. “Historia de la Televisión en Colombia”. Internet: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/index2.htm > Búsqueda realizada el 7 de junio de 2010.

⁵ ANDREÚ, Jaime. “Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión Actualizada”. Internet: <<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>> Búsqueda realizada el 31 de marzo de 2010.

Por su parte, Berelson sostiene que el análisis de contenido es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del objetivo manifiesto de la comunicación.⁶

De esta forma Berelson resalta cuatro aspectos fundamentales para tener en cuenta en la realización de un análisis de contenido como lo son:

- **La objetividad**, se refiere al empleo de procedimientos que puedan ser utilizado por otros investigadores de modo que los resultados obtenidos sean susceptibles de verificación.
- **La sistematización**, hace referencia a pautas ordenadas que abarquen el total del contenido observado.
- **La cuantificación**, pide que se pueda cifrar numéricamente la información -codificación- para obtener el recuento de las unidades e indicadores de los fenómenos que estamos interesados en mostrar. No obstante, hoy la mayoría de investigadores sociales, reconocen que además de mostrarse los hechos, se han de interpretar.
- **Lo manifiesto**, para asegurar que la codificación de los datos en el análisis de contenido sea intersubjetivamente verificable y fiable.

Una de las definiciones tal vez más completas, que resume otras definiciones, es la de Laurence Bardin, quien habla del análisis de contenido como el conjunto de

⁶ Ibíd. Pág. 2

técnicas de análisis de las comunicaciones tendientes a obtener indicadores (cualitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes, permitiendo la inferencia de conocimientos relativos a las condiciones de producción/recepción (contexto social) de estos mensajes.⁷

Así mismo, aparece un nuevo acercamiento muy relacionado con la visión de Bardin, donde el autor José Luís Piñuel define el análisis de contenido como “un conjunto de procedimientos interpretativos de *productos comunicativos* (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces *cuantitativas* (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces *cualitativas* (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos, o sobre la condiciones que puedan darse para su empleo posterior”.⁸

TELEVISIÓN EDUCATIVA

Este es el momento preciso para pensar, investigar, reflexionar y sacar conclusiones sobre los contenidos de la televisión que tenemos, de cómo se orientan esos textos y si realmente están supliendo las carencias que la

⁷ *Ibíd.* Pág. 3

⁸ PIÑUEL, José Luís. “Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido”. Universidad Complutense de Madrid.2002. Pág. 7. Internet:< <http://www.ucm.es/info/mdcs/A.Contenido.pdf>> Búsqueda realizada el 18 agosto de 2010.

comunidad tiene de un equilibrio constante entre información, educación y entretenimiento.

En teoría, se habla de tres funciones de los medios de comunicación: informar, formar y entretener. En la práctica la última función ahoga prácticamente a la segunda y contamina - con grave riesgo- a la primera.

En televisión, esto es más cierto todavía, y la educación y la cultura quedan para la mayoría de los programadores en el ultimísimo plano de la coartada culturalista... por eso resulta extraño y pintoresco en algunas latitudes hablar de televisión educativa.⁹

¿Pero, qué es la televisión educativa?, lo más probable es que la definición acertada no encaje con muchos de los conceptos tradicionales que se tienen al respecto, porque la televisión educativa no se trata de lecciones de aula de clase transportadas a la pantalla para cambiar la letra de los tableros por imágenes en el televisor, tampoco se centra simplemente en temas infantiles, porque los televidentes en general necesitan educación y cada vez más especializada que se puede dar a través del medio, y por último, la televisión educativa va más allá de ser una actividad fastidiosa, obligatoria y aburrida como la ven muchos, ya que aparentemente “la fuerza de estas ideas es directamente proporcional a la ignorancia de lo que es la televisión educativo-cultural”.¹⁰

⁹ PEREZ, Tornero José Manuel. “El Desafío Educativo de la Televisión: Para comprender y usar el medio”. Barcelona: Editorial Paidós, 1994. Página 167.

¹⁰ *Ibíd.*, P 168

Pero al contrario de los que muchos piensan, la televisión educativa está llena de dinamismo y realidad social, lo que se ve reflejado en programas científicos, de opinión, historias de vida hechas reportajes, crónicas, documentales, también cientos de programas informativos en variedad de idiomas, además de series y eventos de entretenimiento que hacen parte de la formación que un televidente puede recibir de la pantalla chica.

De acuerdo a esto, se podría decir que la única diferencia entre este tipo de televisión y la convencional son los valores que la sostienen y su finalidad última. Los valores subyacentes en una televisión educativo-cultural son los valores del progreso científico, la defensa de la cultura, la educación y el diálogo entre las gentes. [...] De este modo, resulta que el género próximo de la televisión educativo-cultural es la televisión de servicio público y que la diferencia específica es su finalidad de formación o enriquecimiento cultural.¹¹

En definitiva, “la televisión educativo-cultural se entiende, entonces, como catalizadora de las dinámicas culturales y, en algunos casos, como motor o promotor de la industria de la cultura”.¹²

TELEVISIÓN UNIVERSITARIA EN COLOMBIA

Analizar la televisión universitaria supone un trabajo complejo, comenzando por la

¹¹ *Ibíd.*, P 168- 169

dificultad para identificar una definición que comprenda la totalidad de su esencia. Sin embargo, la extensión en Colombia de este fenómeno ha venido creciendo rápidamente desde el nacimiento del primer espacio de televisión a cargo de una institución de educación superior, en este caso, la Universidad del Valle.

Esta institución “se convirtió en gestora, impulsora y motivadora para realizar la idea, consiguió presupuesto para lanzarse a la aventura hasta obtener la licencia de la Comisión Nacional de Televisión para su operación en la cobertura de la Ciudad de Cali”.¹³

Siguiendo la pauta impuesta por los caleños, en Medellín surge el “Canal U” en el año de 1999, como parte de una alianza entre la Universidad de Antioquia, la Universidad de Medellín, la Universidad Nacional, la Universidad Cooperativa de Colombia y el SENA.

El apoyo de la Comisión Nacional de Televisión, en la creación del Canal Universitario Nacional “ZOOM”, fue el siguiente paso para continuar con la consolidación de una televisión creada totalmente desde las instituciones de educación superior asociadas a este proyecto, con el fin de darle vida a una programación en la que inicialmente tendrían una participación de 13 horas

¹² *Ibíd.*, P 187

¹³ VIZCAINO, Milcíades. “Universidad y Medios Masivo: Del Estado de bienestar al mercado”. Editorial Universidad Cooperativa de Colombia de Bogotá. Primera edición. Noviembre de 2006. Pág. 282.

anuales, correspondientes a 26 medias horas al año.

En esta nueva etapa de la televisión universitaria, se pretendía explotar las producciones académicas en 4 franjas claramente definidas por Luz Amalia Camacho, en aquel momento gerente del canal:

*La U Natural, que es toda la apuesta ecológica; la U Social, están todos los programas que tienen que ver con el análisis del entorno social, político, de conflicto de nosotros; la U Divertida, viene todo lo que tiene que ver con la expresión del entretenimiento, cultura, deportes, artes, de lo cual ya hay gran repertorio por parte de las universidades; y también la U Tecnológica, en la que se encuentra la propuesta de la Universidad Nacional de Colombia junto a Conciencias llamado “Mente Nueva”, aquí se explican la bases de todos los fenómenos naturales que ocurren a diario.*¹⁴

Mientras esta propuesta del Canal Universitario Nacional se posicionaba, se daba inicio también a la Alianza Nacional de Productoras de Televisión Universitaria en el 2006, coordinada por el Departamento de Servicios Audiovisuales de la Universidad de Antioquia y respaldada por instituciones como el Ministerio de Cultura y la Corporación Zoom Canal Nacional Universitario.

¹⁴ CRISTANCHO, Andrés. “Los universitarios tendrán al fin su propio espacio con sus propias reglas”. Internet: <http://www.usergioarboleda.edu.co/altus/canal-universitario.htm>. Búsqueda realizada el 19 de agosto de 2010.

La participación de las universidades en la Alianza consiste en la realización de coproducciones, préstamo de equipos, aporte de personal técnico, cesión parcial o total de derechos de emisión, gestión conjunta ante organismos regionales, nacionales e internacionales que apoyen la producción audiovisual.¹⁵

En los pocos, pero importantes años en que se ha desarrollado esta nueva televisión en Colombia, quienes se han dedicado a analizar el tema, resaltan la necesidad de ahondar en ciertos aspectos, que se convertirán en factores diferenciadores entre la televisión comercial y la televisión universitaria.

El primero de ellos es la audiencia, que siguiendo a Mauricio Mosquera, es considerada como la comunidad de estudiantes universitarios, docentes, familias de estudiantes y jóvenes de educación media con aspiraciones universitarias, y que constituye un público específico, una “inmensa minoría” con capacidad de opinión que de ser buscada con las estrategias adecuadas puede ser una audiencia fiel y creciente con el paso de los años.

Así mismo, el Canal Universitario Nacional plantea el uso de este medio audiovisual con el fin de entregarles a los colombianos, principalmente a los jóvenes no universitarios, la posibilidad de acceder al conocimiento, cultura e información propios de la educación superior.

¹⁵ Centro Virtual de Noticias. Ministerio de Educación. “Productoras Universitarias lanzan serie de televisión pública”. Mayo de 2008. Internet: <<http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-161220.html>> Búsqueda

Como segundo punto al que se refieren los expertos, la calidad en la televisión lo es todo al momento de promover los contenidos universitarios hacia la audiencia específica.

El Viceministro de Educación Superior, Gabriel Burgos Mantilla, menciona que en pleno siglo XXI, para lograr una televisión de calidad es necesario fortalecer aspectos como:

1. Recrear la identidad del país, región, localidad y territorialidad; así como atender a todos los estratos de la audiencia, considerando un alto componente educativo y cultural.

2. Esta televisión debe funcionar como un motor de igualdad entre hombres y mujeres, de igualdad de oportunidades en el acceso a la educación y la cultura.

Una televisión de calidad en el ámbito público: educativo y cultural, si bien no implica una competencia abierta con la televisión comercial, sí debe buscar índices de audiencia, sentido de calidad en sus propuestas audiovisuales, calidad técnica, creativa y conceptual.

3. *Es necesaria una televisión educativa y cultural que esté abierta al debate, al intercambio y muy especialmente al contraste de opiniones, una televisión que dé lugar a la interacción con sus audiencias y sus públicos, como un ejercicio democratizador.*

4. *Reconocer el elemento de interdisciplinariedad en su producción, tanto creativa como de contenido. Es saber interrelacionar en el proceso de producción de la televisión educativa y cultural, el sentido y el saber de quienes intervienen, educadores, productores, creativos, realizadores, investigadores etc.*

5. *Un sano proceso en la financiación, como responsabilidad de quienes ejecutan los presupuestos. No se logra nada con tener en calidad unos conceptos muy bien fundamentados, si los presupuestos a la hora de ejecutarse son mal empleados para el desarrollo de los proyectos televisivos.*

6. *Encontrar que la televisión de calidad en lo educativo, cultural y público, implica hoy la necesidad de enmarcarse en el escenario globalizado.*

7. *Reconocer que estamos frente a proyectos de comunicación que se desarrollan en función de múltiples posibilidades comunicativas y por ende*

*educativas y culturales, y no sólo a programas de televisión sin un sentido.*¹⁶

Mantener un control total sobre la calidad de la televisión universitaria no es tarea fácil, debido a que son más de 30 universidades conformando la Alianza Nacional de Productoras de Televisión Universitaria, así como las afiliadas al Canal Universitario Nacional Zoom. Es por esto, que Luz Amalia Camacho, planteaba desde la gerencia de este último, que la responsabilidad sobre la calidad en los contenidos depende de las universidades, aunque estas a su vez estarán guiadas por unos estándares de producción definidos en una “ruta audiovisual” como la implementada por el Ministerio de Cultura.

Adicionalmente a los puntos controversiales mencionados, es difícil encontrar investigaciones referentes a la televisión universitaria en Colombia. Sin embargo, la Universidad de Antioquia, hace un importante acercamiento a partir del proyecto titulado “Efectos de un modelo de televisión educativa en la formación académica universitaria”.

En dicho proyecto, se expresa que “el grado de aporte y el efecto en el proceso de aprendizaje es algo que depende en buena medida de los contenidos, formatos,

¹⁶ BURGOS, Gabriel. Acto de Instalación del Comité Consultivo del Canal Universitario Nacional. 15 marzo de 2007, Bogotá, D.C. Internet: <http://www.cntv.org.co/cntv_bop/universitario/viceministro.pdf> Búsqueda realizada el 20 de agosto de 2010.

estructuración, estilos de presentación de la información, uso de los recursos expresivos y estéticos, y muy especialmente, de su capacidad para captar la atención y la sensibilidad de los tele estudiantes”.¹⁷

PROGRAMAS UNIVERSITARIOS EN BUCARAMANGA

La televisión universitaria se convierte en un factor decisivo en los comportamientos de los jóvenes, y estos, en el nacimiento de la personalidad del futuro adulto y ciudadano, porque sin importar si se tiene o no la posibilidad de acceder a una educación superior, la televisión ha llegado a los claustros universitarios no sólo para convertirse en un medio más que fomente el aprendizaje de un estudio específico, sino que además, dedique sus esfuerzos a educar a toda una comunidad fuera de la Institución.

En Bucaramanga, instituciones como la Universidad Industrial de Santander (UIS), la Universidad de Santander (UDES) y la Corporación Educativa ITAE, hacen parte de las Instituciones de Educación Superior en Colombia inscritas a la Corporación del Canal Universitario Nacional Zoom.

¹⁷ ZAPATA, Donna. “Efectos de un modelo de televisión educativa en la formación académica universitaria”. Universidad de Antioquia. Medellín, Colombia. Internet: <<http://docencia.udea.edu.co/vicedocencia/investigaciontv/proyecto03.html>> Búsqueda realizada el 5 de abril de 2010.

A finales de los 90, la Universidad Cooperativa de Colombia de Bucaramanga entra a hacer parte de las Instituciones de Educación Superior que apoyan la televisión educativa con su programa “Reflejos”.

Según la comunicadora social Claudia Corredor, quien para el año 2008 era Directora del Programa de la UCC, “los nuevos requerimientos en cuanto a la educación exigen la formación en competencias, y una de las competencias que se exigen son las comunicativas, de ahí que todas las profesiones requieran tener cierta habilidad y destreza en el manejo de nuevas tecnologías y medios de comunicación”.¹⁸

Es así, como “Reflejos” proyecta cada semana en el Canal Regional TRO y a través de la señal del Canal UNE, lo que pasa en Bucaramanga en materia de educación, salud, economía, y más.

La Universidad Santo Tomás, a finales del 2004 dio inicio a una propuesta televisiva que pretendía transmitir quincenalmente, en un espacio no superior a los 15 minutos, un resumen de las principales actividades de la institución a través del circuito cerrado de televisión. “Punto de Encuentro”, como se tituló este proyecto, fue alcanzando un mayor reconocimiento, lo que permitió que “la Universidad viera

¹⁸ CORREDOR, Claudia. Transcripción entrevista estructurada Directora Programa “Reflejos”. Universidad Cooperativa de Colombia, Bucaramanga. Anexo 5. 2008

que era muy bueno para la imagen de esta y para ese proceso que hacen los estudiantes a los que les llama la atención los medios de comunicación”¹⁹.

Actualmente, con casi 8 años de trayectoria, Punto de Encuentro transmite quincenalmente un programa de 30 minutos de contenido por el Canal Regional TRO.

Por su parte, la Universidad de Santander quiso unirse a la producción de televisión universitaria con su programa PROYECTO U. Para el año 2005, se creó una opción de práctica para los estudiantes de noveno y décimo semestre de mercadeo y publicidad, que consistía en trabajar en ese proyecto televisivo que quería la Universidad.

Las primeras emisiones quincenales, fueron vistas a través del canal 2 de TV Cable. “Lo que pasaba era que ninguno de los estudiantes era comunicador, no tenían experiencia, entonces se empezó a trabajar con ellos en ese programa que eran 15 minutos. Era como la proyección de la Universidad relacionada con la imagen institucional, mostraba los eventos de la Universidad, la gente de la Universidad”²⁰.

¹⁹ BARÓN, José. Transcripción entrevista estructurada Director Programa “Punto de Encuentro”. Universidad Santo Tomás. Bucaramanga. Anexo 5. 2008.

²⁰ VARGAS, Ángel René. Entrevista estructurada Director Programa “Proyecto U”. Universidad de Santander. Bucaramanga. Anexo 5. 2008.

A finales del mismo año, la permanencia del programa fue creciendo positivamente pasando a emitirse 30 minutos semanales en el Canal Regional TRO.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

Esta investigación está enfocada hacia un análisis de contenido de tipo cualitativo, y buscó determinar una muestra de la estructura de los programas de televisión universitaria en Bucaramanga.

Al identificar desde diferentes perspectivas la conceptualización del análisis de contenido, se determinaron los pasos a seguir para la realización de una investigación de este tipo. Por esta razón, basaremos el procedimiento del análisis de contenido en los parámetros que expone Jaime Andréu Abela, en el documento “Las técnicas de Análisis de Contenido”.²¹

1. Determinar el objeto o tema de análisis.

En este primer espacio de trabajo, el autor hace referencia al objeto de análisis como ese problema que necesita de una investigación profunda para poder resolverse. Es este caso, determinar el tema de análisis requiere definir estrictamente una situación, y delimitar el tiempo, el espacio, las personas y el contexto que se desea investigar, para lograr preguntas específicas que el analista intentará aclarar.

²¹ ANDREÚ, Jaime. “Las técnicas de Análisis de Contenido: Una visión actualizada”. Pág. 11. Internet: <<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>> Búsqueda realizada el 18 de agosto de 2010.

La creación de un marco teórico que guíe y aporte información sobre el tema seleccionado, deberá anteceder la escogencia del material a estudiar, que según el autor, puede estar dado a priori o bien el objetivo determinará el universo de documentos.

2. Determinar el sistema de codificación

En este caso, la codificación es el mecanismo por medio del cual se transformarán los contenidos encontrados en cada uno de los programas de televisión, de tal manera, que puedan arrojar datos precisos, logrando una descripción más exacta y comprensible.

Bardin plantea diferentes situaciones de codificación como la presencia o ausencia de los elementos de un texto, la frecuencia, la frecuencia ponderada, la intensidad de una noticia, la dirección (positiva o negativa), el orden, y la contingencia.

3. Determinar el sistema de categorías

Por su parte, las categorías de análisis son el punto de referencia que permite dividir la totalidad de un texto, en pequeños grupos, con los cuales se pretende extraer información precisa de acuerdo con unos criterios

previamente definidos, que revelen los datos primordiales, para aclarar las preguntas expuestas en el tema de análisis.

4. Comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización.

La fiabilidad es importante en el proceso de análisis de contenido, en la medida que “procede de la seguridad de ofrecer que los datos han sido obtenidos con independencia del suceso, instrumento o persona que los mide. Por definición, los datos fiables son aquellos que permanecen constantes en todas las variaciones del proceso analítico”.²²

5. La inferencia

La inferencia, como último paso en el análisis de contenido, pretende explicar claramente todos los datos contenidos en el texto analizado, responder a los cuestionamientos por los cuáles se inicio el proceso investigativo, y generar conclusiones de la información encontrada.

Tomando como referencias el texto de Francesco Casetti y Federico di Chio, “Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación”, se diseñó el proceso de análisis según las fases propuestas por estos autores.

²² Ibíd. Pág. 18-19.

Como primera medida, se **definió el problema**, que plantea la pregunta general de la que partió el análisis, de donde se derivan cada uno de los objetivos de la investigación.

Después de haber formulado del problema, se trabajó con base en lo que los autores denominaron la **construcción del corpus textual**, identificando aquellas tipologías de programas más significativos y, junto con criterios de representación estadística, seleccionando un corpus de textos de dichas tipologías que las represente adecuadamente. Esto significó realizar una elección por géneros y equilibrar el número de géneros elegido con el número de programas pertenecientes a dichos géneros.

Se seleccionaron tres de los programas de televisión universitarios en Bucaramanga, que para el año 2008 se emitían en un canal, ya fuera regional, local o nacional. De esta manera, se escogieron los programas de la Universidad Cooperativa de Colombia, “Reflejos”; de la Universidad de Santander, “Proyecto U”; y de la Universidad Santo Tomás, “Punto de Encuentro”; basados en una característica principal que definía a todas las instituciones, como era el hecho de que en ninguna de ellas se ofrecía como parte de su oferta académica, un campo de formación en el área de la comunicación y la producción de medios audiovisuales.

Identificados los programas que harían parte de la investigación, se dio paso a la selección de la muestra, la cual estaría compuesta por tres emisiones de cada programa transmitidas durante el año 2008, como la fecha en que se da inicio a la investigación, y tres emisiones difundidas durante el año 2010, con el fin de identificar características de posibles transformaciones en cada uno de los programas, para lograr así una muestra total de 18 programas de televisión universitarios investigados.

Siguiendo con las fases del análisis de contenido, en la **definición de las unidades de clasificación** se determinaron los parámetros para descomponer los programas. Las unidades a partir de las cuales se subdivide el texto se llaman unidades “de clasificación”. Estas unidades serán identificadas de acuerdo con las necesidades que exijan los textos televisivos seleccionados anteriormente, las cuales serán fácilmente identificables.

Para llevar a cabo esta fase, se tuvo en cuenta un primer boceto o escaleta, de cada una de las emisiones, dividida en dos espacios, uno de identificación, y otro de caracterización del programa.

En la identificación se hace énfasis en el nombre del programa, la fecha en que este salió al aire, así como el código de registro con el cual serán identificadas durante la investigación cada una de las emisiones, con el fin de reconocer a qué

programa corresponde cada información.

En este momento, se realizará un “Libro de Códigos” (Ver Anexo 1) en donde se puede conocer el nombre del programa, la fecha de emisión, el tema central, y por supuesto, el código asignado.

Por su parte, la caracterización de la escaleta fue dividida en columnas, de las cuales se desprende la siguiente información: el *número entradas* durante la emisión; la *acción* realizada en cada entrada, correspondiente a cabezote, cortinillas, notas, presentaciones, y créditos; la *característica*, que define lo que se puede visualizar en cada una de las acciones; el *tiempo parcial*, en donde se reconoce la duración de cada entrada, *el tiempo total*; para llevar una secuencia y verificar la duración de la emisión; *una descripción*, que puede ser del tema de cada nota, o de la función cumplida por cada acción; y por último, un *tema*, que será designado de acuerdo con la información de cada nota; y una *categoría de análisis* asignada por el investigador siguiendo el tema abordado en cada nota. (Ver Anexo 2)

La información suministrada por esta tabla, dio una primera visualización de la estructura de cada uno de los programas, así como la oportunidad de identificar los temas frecuentemente utilizados por las universidades, los cuales se ven reflejados en una tabla de datos consolidados por categorías de análisis, (Ver

anexo 3) haciendo referencia a las categorías de análisis detectadas y el número de notas de dicadas a cada una de ellas durante las emisiones investigadas en los dos años.

Luego de haber clasificado los textos, se diseñó una **ficha de análisis** (Ver Anexo 3) que identificó el texto y recogió las “unidades de análisis”, es decir, “unidades de clasificación” que contienen elementos útiles para la investigación.

La elaboración de la ficha de análisis, se realizó a partir de una adaptación hecha a la propuesta de protocolo de análisis de contenido expuesta en el texto “Analizando noticiarios televisivos: revisión y propuesta metodológica” de los investigadores Belén Monclús Blanco y Miguel Vicente Mariño.

Esta ficha cuenta con ocho unidades. La primera hace referencia a los *datos identificativos* de cada una de las muestras seleccionadas para la investigación, donde se encuentra el nombre del programa; el código de registro, que será asignado a cada emisión para ser reconocido con mayor facilidad dentro de la investigación; el canal, la fecha, día de la semana y hora de emisión; así como la duración del programa; y el tipo de elementos que se pueden encontrar en el programa, como cabezote, cortinillas, y notas.

La segunda unidad corresponde a la *relevancia de la unidad de análisis*, en donde

se hace un desglose en segundos, de la nota principal encontrada en cada una de las emisiones, y la posición en que esta se encuentra en la escaleta del programa. Cabe resaltar que la nota principal de cada emisión, fue escogida a criterio del investigador, teniendo en cuenta características como la duración, las herramientas utilizadas en el tratamiento de la temática, y la importancia de la información para el público objetivo, la cual no se medía necesariamente por el tiempo de duración utilizado en el desarrollo de esta.

Como tercer paso en el análisis, se denomina estructura de la unidad, al espacio en donde se mide la importancia de las imágenes, la presentación, el periodista, los testimonios, las cortinillas, la infografía, la voz en off, la música y el sonido ambiente, según la duración en segundos que contemplen en la nota principal de cada emisión.

El cuarto bloque corresponde a la *temática del acontecimiento principal*, en donde se busca describir en pocas palabras la información expuesta en la nota de mayor relevancia durante el programa, determinando también las palabras claves con las que se puede identificar el tema. A partir de esta información, se resuelven otros espacios fundamentales en la ficha como el ámbito territorial, el rol que cumple la nota, su relación con el pasado, y el índice de previsibilidad de la misma.

Continuando con el análisis, la siguiente unidad denominada *tratamiento del*

acontecimiento principal, tiene como objetivo identificar los recursos empleados y la cobertura periodística de dicho acontecimiento. De esta manera, se le da un valor importante al formato, al género periodístico, a la presencia e identificación de periodista, a la procedencia del material audiovisual, así como al enfoque de la noticia, entre otros aspectos.

En el bloque seis, se tiene en cuenta el *tratamiento de los personajes*, que hacen presencia en la nota principal; sus nombres, si aparecen; su clasificación, para identificar la credibilidad que tiene su participación en el tema; el rol que cumplen; y otras características personales como sexo, edad, y la visión sobre el tema que abordan.

La unidad siete se encuentra muy ligada a la anterior, revelando el *tratamiento de las fuentes de información*, en cuanto a cantidad, nombres, cargos, tipo de grupo social al que pertenecen, y la visión que estas tienen frente a los acontecimientos. Adicionalmente al bloque seis, aquí se tiene en cuenta el tiempo en que dichas fuentes hacen presencia durante la nota, tanto directa o indirectamente en voz e imagen.

Y por último, el bloque ocho pretende determinar la participación periodística y técnica del programa, siendo denominado *autoría de la información*. Allí se revela la presencia, atribución, firma y sexo del periodista, si lo hay, así como el sexo de

los demás partícipes en la elaboración del programa como lo son el productor, el operador de cámara, y el editor.

Para finalizar el proceso de investigación, la información recogida se sometió al **cómputo de datos** “contenidos en la unidad de análisis y recogidos en las dos fichas”.

Para la realización de este proyecto de investigación, también se tuvo en cuenta la percepción de los directores de los programas Reflejos, Punto de Encuentro y Proyecto U. Para este fin, se llevó a cabo una entrevista estructurada aplicada individualmente a cada personaje, la cual reveló aspectos adicionales sobre el producto televisivo, con el fin de determinar la relación existente entre estos conceptos y los resultados arrojados en las emisiones estudiadas. Esta entrevista se implementó luego de la recolección de los primeros programas en el año 2008 (Ver Anexo 5)

Como parte de una primera caracterización de la estructura de los tres programas de televisión universitarios, se seleccionó una emisión de cada programa, y a partir de allí, se realizó un análisis comparativo de los programas universitarios emitidos durante los años 2008 y 2010, que reflejará los resultados de cada muestra en las ocho categorías analizadas, así como las principales características con las que los directores han definido su programa en la entrevista

efectuado anteriormente.

5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De acuerdo con el método de análisis sugerido por Francesco Casetti y Federico di Chio, implementado en esta investigación, se ha logrado desglosar e identificar las características principales que estructuran los programas de televisión de la Universidad Cooperativa de Colombia, la Universidad Santo Tomás y la Universidad de Santander.

A través de la fase denominada por los autores “definición de las unidades de clasificación”, (Ver Anexo 2) se identificaron las principales herramientas y características que conforman cada uno de los programas; los tiempos de intervención, que en este caso demuestran prioridad a los contenidos; y las categorías de análisis, que nos llevarán a analizar más a fondo, en qué temas se han venido enfocando las universidades de Bucaramanga, para guiar los programas que se han tomado como muestra para esta investigación: “Punto de Encuentro”, “Proyecto U”, y “Reflejos”.

DATOS CONSOLIDADOS POR CATEGORÍAS DE ANÁLISIS

Teniendo en cuenta las temáticas encontradas en cada una de las notas de los tres programas, y su continua aparición en estos, fueron designadas las

categorías de análisis (16), las cuales se despliegan en la siguiente tabla, y que se analizaron de acuerdo a la frecuencia con la que sobresalieron en cada una de las emisiones.

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	CONCEPTO
A. Actividades administrativas	Hechos en donde se destaca participación de directivos y funcionarios de las instituciones de educación superior.
B. Proyectos institucionales	Información que presente nuevas propuestas desarrolladas con el apoyo de la Universidad.
C. Religión	Información que involucre directamente eventos religiosos.
D. Actividades académicas internas	Todos los eventos que impliquen formación en algún área profesional dentro de las instituciones.
E. Actividades académicas externas	Todos los eventos que impliquen formación en algún área profesional fuera de las instituciones.
F. Deporte fuera de la Universidad	Actividades deportivas realizadas fuera de las instalaciones de las universidades.
G. Deporte dentro de la Universidad	Actividades deportivas realizadas dentro de las instalaciones de las universidades.
H. Recreación dentro de la Universidad.	Actividades de entretenimiento desarrolladas dentro de las instituciones de educación superior.
I. Opinión	Espacio donde estudiantes, directivos, funcionarios o ciudadanos en general puedan expresar su forma de pensar sobre un tema específico.
J. Personajes universitarios	Directivos, docentes, estudiantes, y demás, destacados dentro de cada institución.
K. Personajes de la ciudad	Ciudadanos que realizan alguna actividad de gran importancia dentro de

	Bucaramanga y el área metropolitana.
L. Música fuera de la Universidad	Eventos o personajes musicales en Bucaramanga y/o el área metropolitana.
M. Música dentro de la Universidad.	Eventos o personajes musicales en las instalaciones universitarias.
N. Moda dentro de la Universidad.	Hechos que involucren el tema directamente como actividades realizadas en las instituciones.
O. Educación en la ciudad.	Información sobre instituciones escolares en Bucaramanga y el área metropolitana.
P. Información de la ciudad.	Desarrollo de temas de interés general para los habitantes de Bucaramanga y el área metropolitana.

Las emisiones de los tres programas analizados arrojaron un total de 128 notas, entre las que sobresalieron en gran medida las relacionadas con información de la ciudad (33), seguidas de aquellas que daban importancia a las actividades académicas internas (28), y a las actividades administrativas de la universidad (23).

Así mismo, se desarrollaron notas que por su frecuencia, se puede inferir una menor importancia para estas instituciones, como la recreación dentro de las universidades (8); educación en la ciudad (6); deporte fuera y dentro de las mismas (5); opinión (4); personajes universitarios, actividades académicas externas, personajes de la ciudad (3); música y moda dentro de la universidad (2); proyectos institucionales, religión, y música fuera de la universidad (1). Ver figura 1.

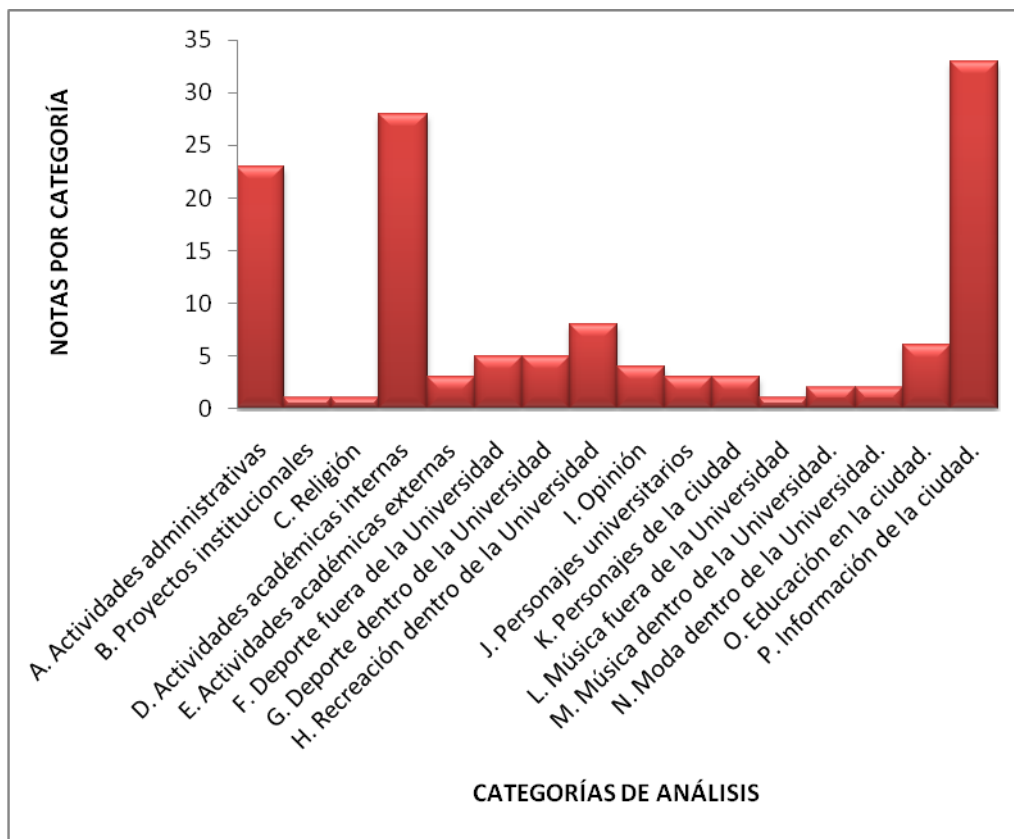


Figura 1. Frecuencia de las Categorías de Análisis

El resultado obtenido en las categorías de análisis le da un valor máximo a la “información de la ciudad”, sin embargo, no es una labor atribuible a todas las instituciones. En este caso, la Universidad Cooperativa de Colombia con su programa “Reflejos”, ha enfocado la mayoría de sus contenidos a esta temática, lo que desprende una oportunidad adicional para este programa de despertar el interés en otras audiencias, diferentes a los jóvenes universitarios, en toda Bucaramanga y el área metropolitana.

Es importante resaltar que “Reflejos” se caracteriza por desarrollar semanalmente

un tema central que incumbe a toda la población de la ciudad, desglosando el tema en varias notas que se despliegan en el transcurso de la emisión. Por esta razón, la totalidad de las notas sobre “información de la ciudad” en el 2008 ascienden a 23 en solo 3 transmisiones. Para el 2010, como parte de un cambio de formato, el programa aumenta el tiempo de intervención en cada espacio dedicado a ampliar el tema central, disminuyendo a 3 las notas sobre el mismo, durante toda la emisión.

En relación a este tema, “Proyecto U” hace un pequeño aporte desarrollando en una de sus emisiones del 2010, una nota de interés para la ciudad. Ver figura 2.



Figura 2. Categoría de Análisis Información de la Ciudad

Por su parte, las actividades académicas dentro de cada una de las instituciones de educación superior que hacen parte de esta investigación, tienen el segundo lugar en importancia dentro las categorías, donde se destacan la Universidad

Cooperativa de Colombia y la Universidad Santo Tomás, al darle prioridad en sus contenidos a esta temática.

De esta forma, y haciendo un balance entre los programas analizados por año, se puede inferir que el desarrollo de este tema durante el 2008 se dio a través de 10 notas, en donde “Punto de Encuentro” y “Reflejos” le dieron mayor importancia a este tema con 4 notas cada uno. Para el 2010, aunque la frecuencia de notas referentes a actividades académicas internas aumentó, no hubo un equilibrio entre los tres programas. En esta ocasión, “Punto de Encuentro” presentó de 12 notas sobre el tema, mientras que “Proyecto U” realizó 4, y “Reflejos” disminuyó a 2. Ver figura 3.

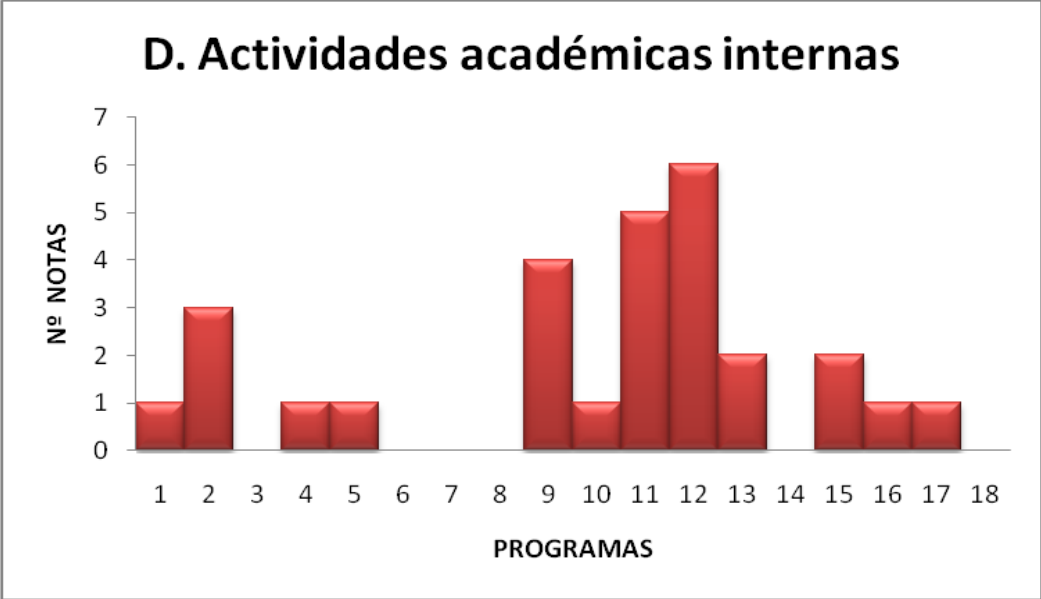


Figura 3. Categoría de Análisis Actividades Académicas Internas

Siguiendo en forma descendente con la importancia de los temas aplicados en los

programas universitarios en Bucaramanga, encontramos que las “actividades administrativas” ocupan un espacio fundamental al momento de generar los contenidos de cada programa,

Al desglosar los resultados de esta categoría, es evidente una clara intención de la Universidad Cooperativa de Colombia por resaltar este tipo de información a través de su programa durante el año 2008, lo cual cambió significativamente, pasando de 9 a 2 notas emitidas en el 2010.

La Universidad Santo Tomás sigue muy de cerca a la UCC, con una variante determinada en el año de emisión, lo que hizo que para el 2008 se aportaran 3 notas referentes a actividades administrativas, y dos años después esta cifra aumentara a 5. Por su parte la Universidad de Santander, no se caracterizó mucho durante el primer año de investigación por manejar información de este tipo, sin embargo, para el 2010 aumentaron mínimamente las opciones de mostrar estos contenidos en su programa.

Cabe resaltar, que la información sobre actividades administrativas no es una constante en los contenidos semanales de las tres universidades investigadas, ya que tan solo en el programa “Reflejos” emitido durante el 2008 se evidencia un persistente desarrollo de estos hechos, lo que para del 2010 disminuye claramente. Ver figura 4.

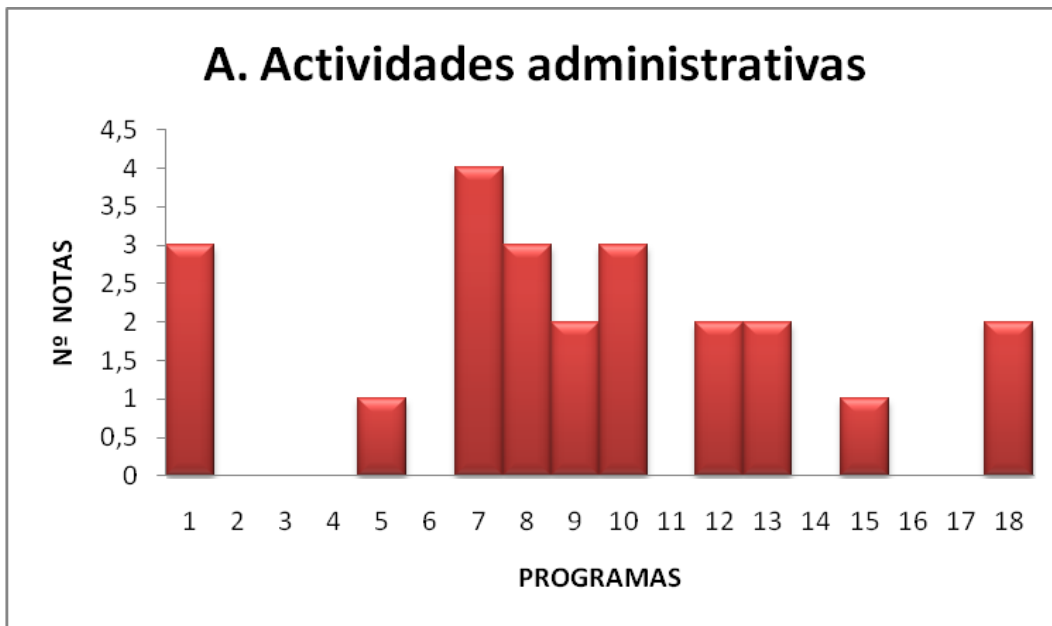


Figura 4. Categoría de Análisis Actividades administrativas.

En el nivel donde comienzan las categorías de menor relevancia para los programas de televisión universitaria en Bucaramanga, se encuentra como líder el tema relacionado con la “recreación dentro de la universidad”, con un total de 8 notas desarrolladas en los 18 programas analizados.

Aunque no es una fuente de información constante, los programas “Punto de Encuentro” y “Proyecto U” le dan un pequeño espacio a la recreación, dejando a la vista la realización de actividades adicionales a las académicas, que demuestran el interés de las instituciones por brindar una formación integral a los estudiantes. Estos contenidos, a comparación con el año 2008, han disminuido durante el 2010 al desarrollo de una sola nota en 3 transmisiones de un mismo programa. Ver figura 5.



Figura 5. Categoría de Análisis Recreación Dentro de la Universidad.

Los resultados arrojados por la investigación, muestran un panorama no muy alentador relacionado con la información sobre “educación en la ciudad”, ya que evidentemente no se está asumiendo el tema hacia aquellas personas que no tienen la oportunidad de acceder a estudios universitarios, lo que es aún más preocupante teniendo en cuenta que los programas son producidos por instituciones educativas.

La Universidad Cooperativa de Colombia asume un papel de constancia en el despliegue de esta información, sin llegar a enfocarse completamente en transmitir estos contenidos. Por su parte, “Punto de Encuentro” logra mencionar el tema en una de sus emisiones, mientras que “Proyecto U” no lo hace visible, lo cual deja una fuerte evidencia de que el uso del medio televisivo en estas universidades no

está influenciado por el hecho de educar a la audiencia a la cual va dirigido. Ver figura 6.



Figura 6. Categoría de Análisis Educación en la Ciudad.

El deporte dentro de la universidad y fuera de ella, son dos de las categorías que influyen los contenidos de estos programas de televisión universitarios. Un paralelo en el número de noticias, hace que este tema aunque con un espacio muy reducido, encuentre un equilibrio en la realización de los programas de cada institución.

Durante el año 2008, el deporte fuera de la universidad estuvo enfocado en los programas Punto de Encuentro (1) y Proyecto U (1), y dentro de la universidad desarrollaron 1 y 2 notas respectivamente.

Dos años después, se llevaron a cabo 3 notas sobre las actividades deportivas

fuera de la universidad en “Proyecto U”; y dentro de la universidad tanto “Punto de Encuentro” como “Reflejos” expusieron una noticia sobre el tema cada una. Ver figuras 7 y 8.

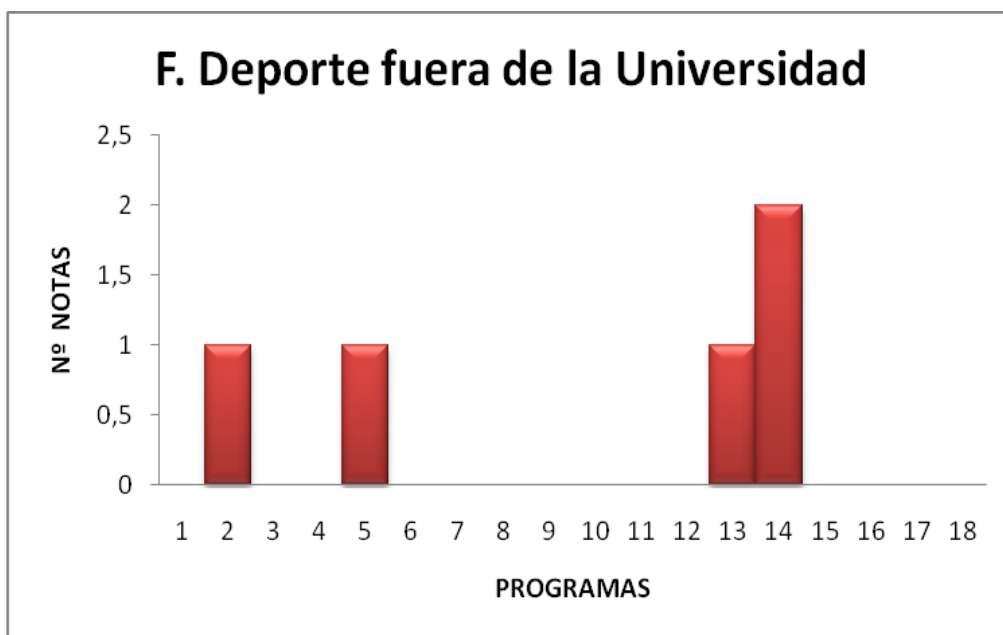


Figura 7. Categoría de Análisis Deporte fuera de la Universidad.



Figura 8. Categoría de Análisis Deporte Dentro de la Universidad.

Otra de las categorías encontradas reiteradamente en cada uno de los programas analizados tiene que ver con la opinión, un tema que no es muy frecuente dentro de los contenidos de las transmisiones de televisión universitarias hasta el momento. Es por eso que las cuatro (4) notas encontradas al respecto en los dos años analizados, corresponden a la Universidad de Santander. Ver figura 9.

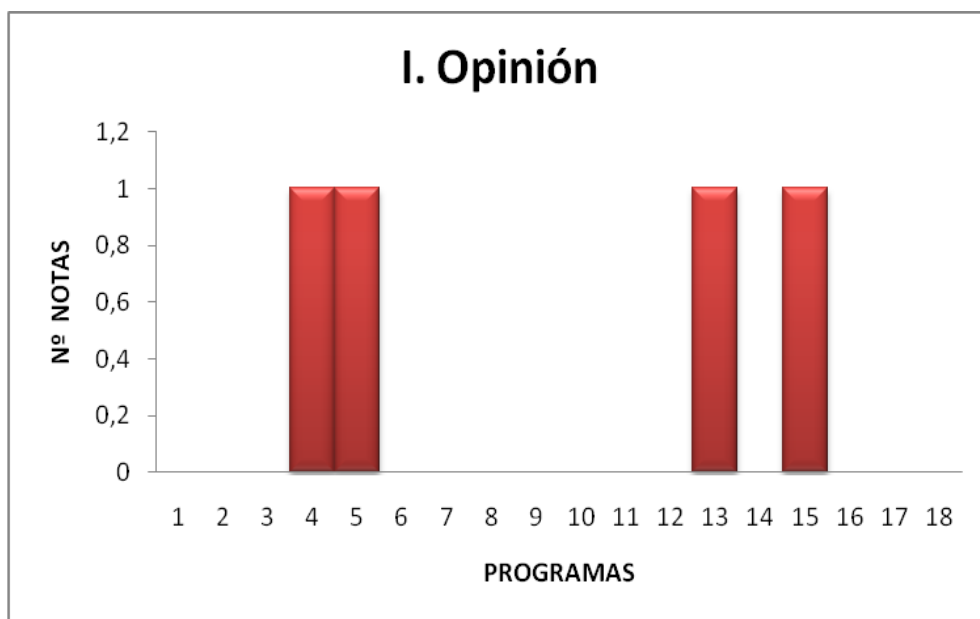


Figura 9. Categoría de Análisis Opinión.

Los personajes universitarios así como los personajes de la ciudad, son resaltados eventualmente en el programa de la Universidad de Santander. De acuerdo con lo analizado, en el año 2008 se dedicó un espacio para mostrarle a la audiencia la experiencia de vida y trayectoria de algunas personas del ámbito estudiantil y de Bucaramanga. Los resultados expresan claramente que las emisiones del 2010 investigadas, la presencia de estos temas solo se vio reflejada en una nota

difundida por “Reflejos” de la Universidad Cooperativa de Colombia. Ver figuras 10 y 11.

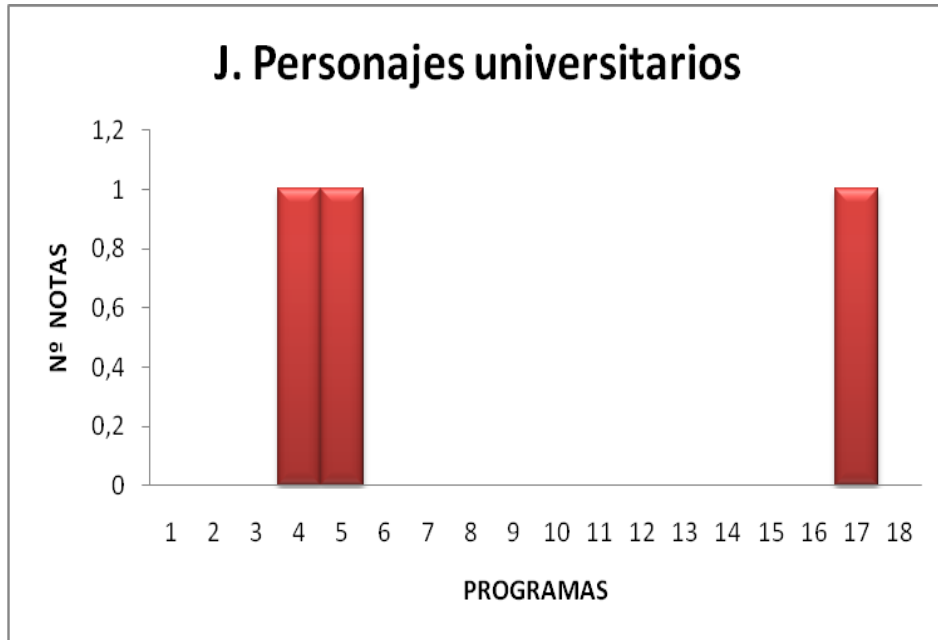


Figura 10. Categoría de Análisis Personajes Universitarios.



Figura 11. Categoría de Análisis Personajes de la Ciudad.

Las “actividades académicas externas” (Ver figura 12) mantienen un equilibrio en frecuencia de emisión con los temas sobre personajes universitario y de la ciudad. Tres (3) notas que resaltan eventos relacionados con algún área de estudio, pero que se ejecutan fuera de las instalaciones universitarias, se pueden evidenciar en “Punto de encuentro”. Este tipo de registros no son tan comunes debido a que la mayoría de acontecimientos expuestos se desarrollan con base en información que surge a partir de la esencia de estas instituciones, lo que claramente se corrobora en esta misma investigación donde anteriormente se mencionaba que los sucesos que comunican sobre “actividades académicas internas” tienen una frecuencia superior a las demás categorías.

Además de que la continuidad de este tema no es constante, tampoco se muestra relevante su despliegue en las demás universidades analizadas.

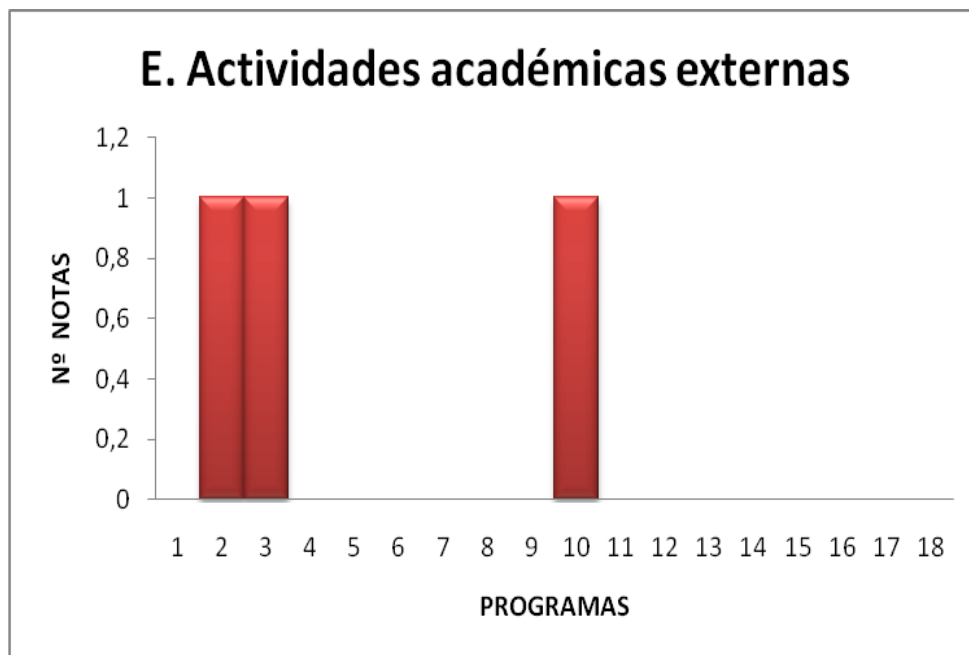


Figura 12. Categoría de Análisis Actividades Académicas Externas

Las últimas categorías identificadas en esta investigación hacen referencia a la moda, proyectos institucionales, religión y la música dentro y fuera de cada una de las instituciones.

Al hablar de educación de nivel superior, es extraño ver o escuchar hablar de moda a menos que se trate de una institución que ofrezca dentro de sus programas académicos alguna carrera relacionada con el tema, y aunque en este caso ninguna de las tres universidades que hacen parte de la investigación brindan oportunidades de estudio en esta área, la Universidad de Santander a través de su programa de televisión “Proyecto U”, genera ciertos espacios para destacar el diseño y la expresión corporal representada en las secciones fotográficas expuestas hacia una audiencia juvenil y claramente del entorno de dicha universidad. La experiencia de encontrar notas sobre moda en las emisiones

de “Proyecto U” durante el 2008, y verlo anulado en las transmisiones analizadas dos años después, permite inferir que aunque son acontecimientos tenidos en cuenta, no son primordiales en la producción televisiva. Ver figura 13.

Lo mismo ocurre con la “música dentro de la universidad”, ya que es destacada también por la Universidad de Santander durante el primer año de investigación, con una relevancia menor a la tenida en cuenta con la moda. Ver figura 14.

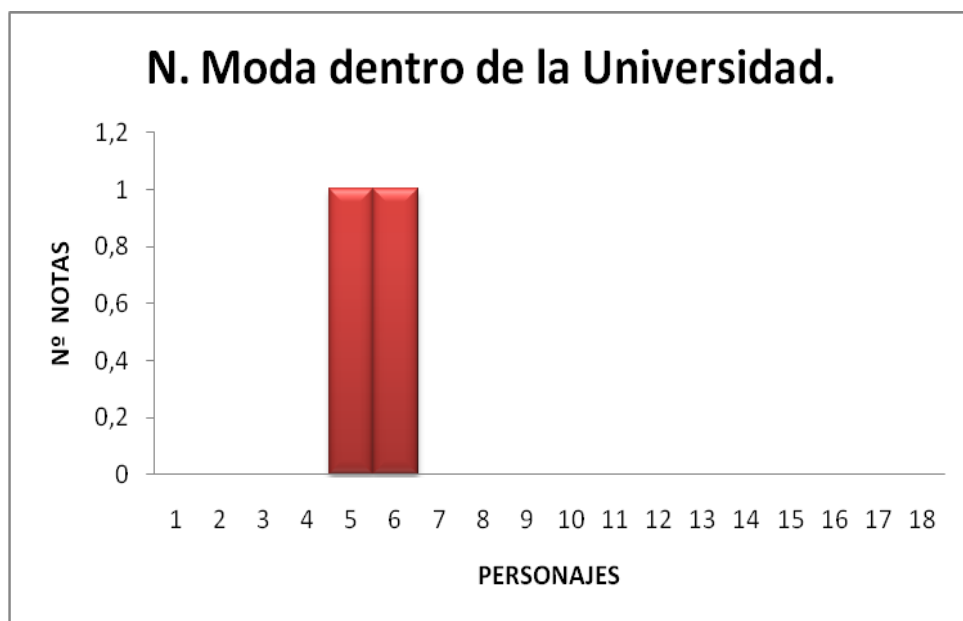


Figura 13. Categoría de Análisis Moda Dentro de la Universidad.

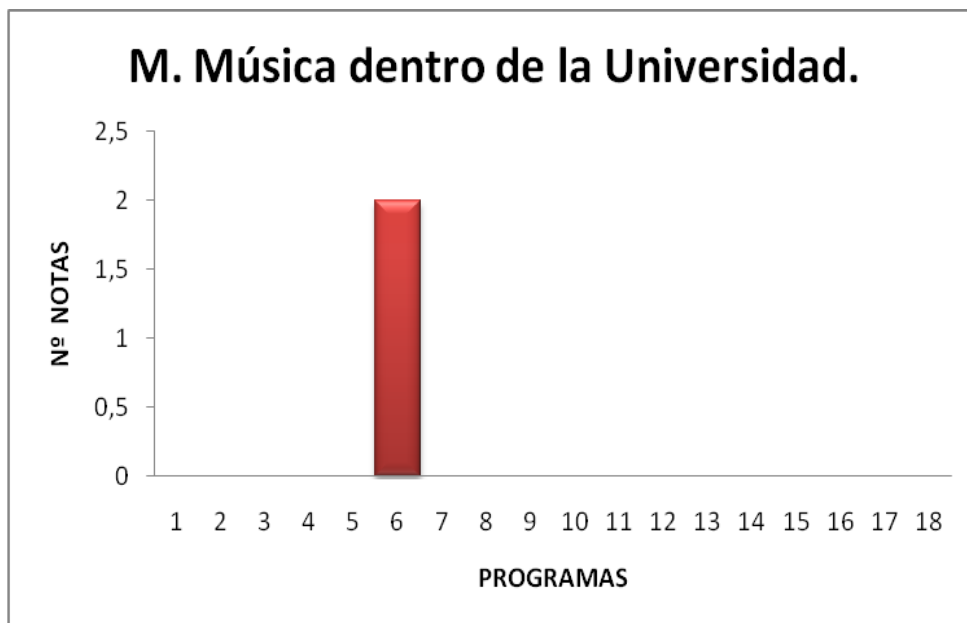


Figura 14. Categoría de Análisis Música Dentro de la Universidad.

Los “proyectos institucionales”, la “religión” y la “música fuera de la universidad”, se rescatan como contenidos temporales dentro de las universidades, ya que es muy esporádico encontrar estas temáticas en las transmisiones semanales.

La religión, como un tema tenido en cuenta principalmente por la Universidad Santo Tomás, refleja sencillamente la esencia de la misma aún cuando no se dedica a generar contenidos masivos sobre este, lo que explica también la ausencia de estos textos en la ejecución de las otras dos instituciones de educación superior, que no manejan unos lineamientos ligados a una determinada creencia religiosa.

Por último, y como lo fue el desarrollo de eventos enfocados a la música dentro de

la universidad, la música fuera de las instituciones es un tema que no se refleja como importante. Sin embargo, el hecho de que sea “Proyecto U” quien produzca una nota musical ocasionalmente, nos lleva a perfilar cada vez más la audiencia a la que la Universidad de Santander desea conquistar con sus contenidos. Ver figuras 15, 16 y 17.

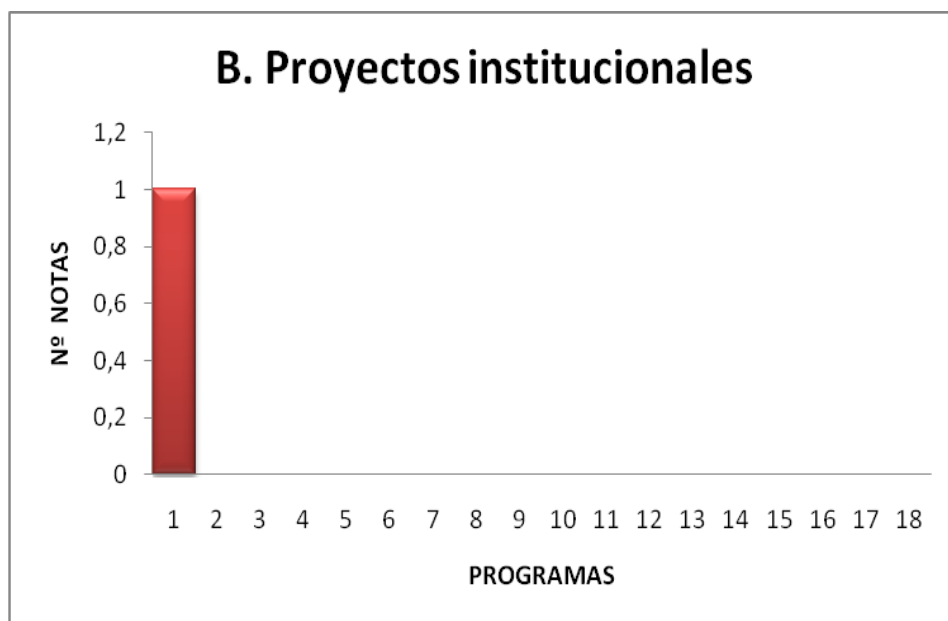


Figura 15. Categorías de Análisis Proyectos Institucionales

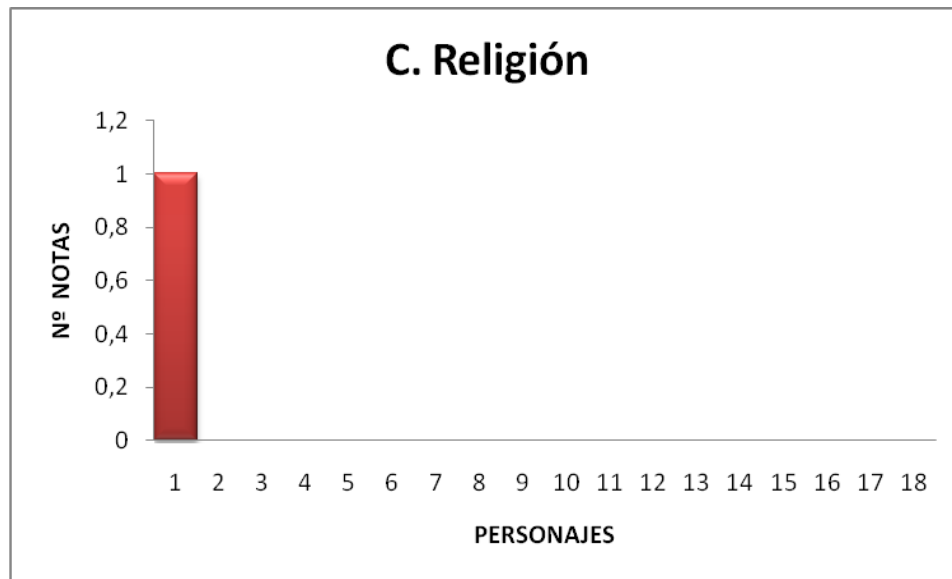


Figura 16. Categoría de Análisis Religión

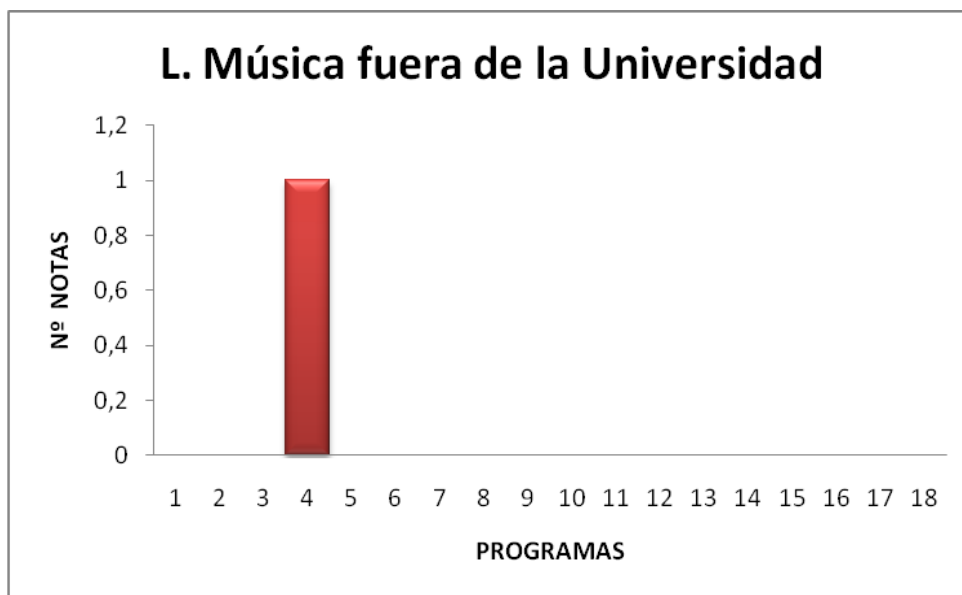


Figura 17. Categoría de Análisis Música Fuera de la Universidad.

De las 128 notas mencionadas anteriormente en cada uno de los gráficos, se encontró un recuento final de las correspondientes a cada programa. De acuerdo con esto, 56 hacen parte de “Reflejos” de la Universidad Cooperativa de Colombia, con un promedio aproximado de 9 notas en cada emisión; 38 a “Punto de Encuentro” de la Universidad Santo Tomás; y 34 a “Proyecto U” de la Universidad

de Santander, los cuales tienen un resultado paralelo con un promedio de 6 notas durante cada emisión. Ver figura 18.

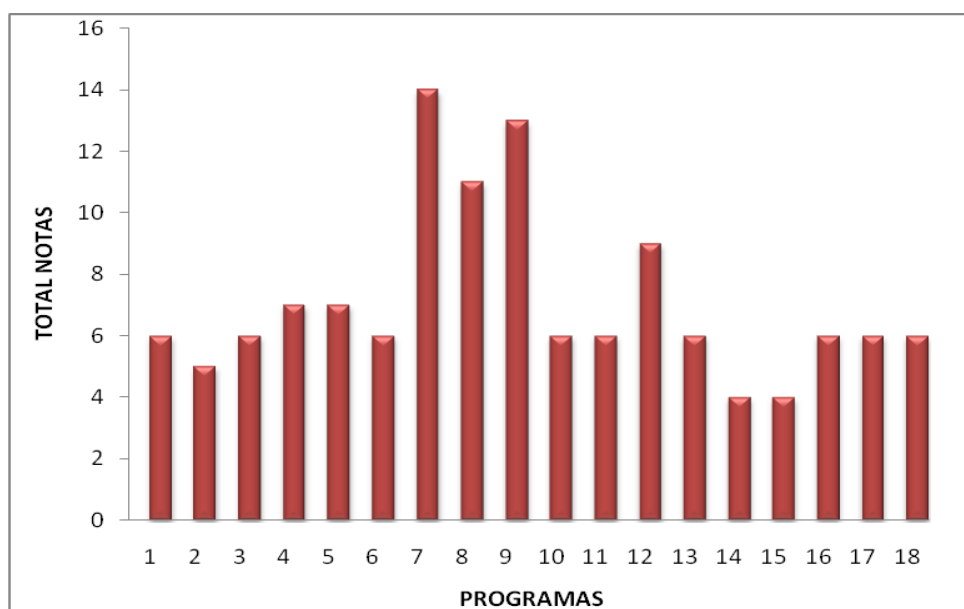


Figura 18. Total notas por programa.

Luego de haber interpretado los resultados de las categorías de análisis identificadas en cada programa, la “ficha de análisis” (Ver Anexo 4) propuesta por los autores Francesco Casetti y Federico di Chio, ha sido adaptada para este proyecto, basándose en el protocolo de análisis de contenido expuesto en el texto “Analizando noticiarios televisivos: revisión y propuesta metodológica” de Belén Monclús Blanco y Miguel Vicente Mariño.

Dicha ficha de análisis está compuesta por ocho (8) unidades que determinan los detalles de cada programa referentes a su identificación, relevancia de su unidad de análisis, estructura de esa unidad, temática y tratamiento del acontecimiento

principal, tratamiento de los personajes y fuentes, así como autoría de la información presentada.

De las nueve (9) emisiones analizadas en el año 2008, (Ver Tabla 1) se hizo un primer análisis de datos por programa para unificar los resultados y generar así una descripción globalizada de las características y estructura. Este procedimiento se realizó también con las transmisiones hechas durante el 2010, con el fin de identificar las tendencias de los mismos programas televisivos en la actualidad. (Ver Tabla 2)

De esta manera, la identificación de cada programa permitió realizar un análisis comparativo de los tres (3) programas universitarios en Bucaramanga durante los dos años de investigación.

Tabla 1. Análisis comparativo programas universitarios emitidos en el año 2008

CATEGORÍA	PUNTO DE ENCUENTRO	Código registro: 1-2-3	PROYECTO U	Código registro: 4-5-6	REFLEJOS	Código registro: 7-8-9
DATOS IDENTIFICATIVOS	Es emitido por el canal regional TRO. El día sábado a las 5:30 p.m. Duración aproximada de 30 minutos. Mantiene frecuentemente el uso de cortinillas entre notas, así como cabezote de entrada y salida.		Es emitido por el canal 2 de UNE. Los lunes a las 6:00 p.m. Duración aproximada 30 minutos. Se mantiene el uso de cortinillas entre notas, así como el cabezote de entrada, mientras que el cabezote de salida no es utilizado en ninguna de las emisiones.		Es emitido por el canal regional TRO y el canal 2 de UNE. Los domingos a las 5:00 p.m. Duración aproximada de 30 minutos. Hace uso de cortinillas entre notas y cabezote de entrada. Para el cierre del programa no acostumbran usar cabezote de salida.	
RELEVANCIA DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS	Se caracteriza por valerse de notas superiores a los 131 segundos. Mantiene un promedio de 5 notas por emisión, siendo variada la posición de la nota principal dentro de la escaleta. El bloque principal mantiene un promedio de duración de 8 minutos.		Se define como una nota extra larga debido a su producción de notas con una duración superior a 131 segundos. En el desarrollo de cada emisión es frecuente encontrar un promedio de 7 notas. No se establece unidad en la posición de la nota principal dentro de la escaleta. El bloque principal mantiene una duración promedio de 5 minutos.		Se define como una nota extra larga por la duración de notas superiores a 131 segundos. Evidencia un promedio de 10 notas durante el programa, sosteniendo el desarrollo de la nota principal desde el inicio. El bloque principal promedia entre los 12 minutos.	
ESTRUCTURA DE LA UNIDAD	La intervención del presentador, en este caso mujer, se basa en la intervención entre notas. La presencia de un periodista en voz e imagen es ocasional. La nota se conforma principalmente de imágenes, testimonios, música y voz off. El sonido ambiente narrativo, así como el uso de infografía es esporádico. El uso de las cortinillas se evidencia de forma irregular.		La intervención de la presentadora se hace evidente en la introducción de las notas. No se percibe en ninguna emisión la presencia de un periodista ni en voz ni en imagen. En las notas se da relevancia a la musicalización, testimonios, imágenes, voz off, sonido ambiente narrativo, así como a las cortinillas de apertura y cierre de nota. El uso de infografía es limitado.		La presentadora tiene mayor participación en el desarrollo de los temas. Sin embargo, no distingue presencia de periodista en voz o imagen. Las imágenes, testimonios y voz off son bastante explotados en las notas del programa. No se le da mayor importancia a la musicalización, infografía y sonido ambiente. Las cortinillas no son relevantes durante las notas principales.	

CATEGORÍA	PUNTO DE ENCUENTRO	Código registro: 1-2-3	PROYECTO U	Código registro: 4-5-6	REFLEJOS	Código registro: 7-8-9
TEMÁTICA DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	El acontecimiento principal siempre está relacionado con información de la universidad, por lo tanto corresponde al ámbito local. Su condición como programa pregrabado, hace que los hechos allí expuestos sean previstos.		El acontecimiento principal de los programas relaciona temáticas variadas entre las que se resalta información dentro y fuera de la universidad, lo que hace que los contenidos tengan importancia en el ámbito local. Los hechos revelados son pregrabados con anterioridad a su emisión, por lo tanto son totalmente previstos.		Los temas principales de este programa se enfocan hacia acontecimientos de interés para la ciudad, lo que envuelve los contenidos en un ámbito local. La previsibilidad del tema se identifica en el desarrollo de temas comunes en la sociedad.	
TRATAMIENTO DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	Su formato contiene un off conductor, introducción, video, entrevistas y testimonios evidentes a través de imágenes propias y de archivo. No es constante el manejo de una introducción a la información. Se puede inferir la presencia de redactor aunque no se conoce su identidad. La tendencia a reflejar los acontecimientos positivos a nivel de la institución es frecuente.		Su formato contiene un off conductor, introducción, video, entrevistas y testimonios evidentes a través de imágenes propias. Se puede inferir la presencia de un redactor pero no se conoce su identidad. Los acontecimientos positivos de interés institucional son habituales en cada una de las emisiones.		Su formato contiene un off conductor, introducción, video, entrevistas y testimonios evidentes a través de imágenes propias y de archivo. Se puede inferir presencia de un redactor aunque no se conoce su identidad. Reflejan continuamente acontecimientos positivos para la ciudad con enfoque institucional.	

CATEGORÍA	PUNTO DE ENCUENTRO	Código registro: 1-2-3	PROYECTO U	Código registro: 4-5-6	REFLEJOS	Código registro: 7-8-9
TRATAMIENTO DE LOS PERSONAJES	<p>La presencia de los personajes es variada dependiendo del tema y su duración, sin embargo es a nivel individual, con un promedio de 9 personajes, entre hombres y mujeres colombianos, entre los que se encuentra la presentadora; expertos y funcionarios de instituciones y empresas como testimonios, y otros.</p> <p>Los aportes se evidencian a través de las imágenes y el relato de dichos personajes. Estos suelen ser adolescentes y adultos, que como miembros de la institución, presentan una visión positiva frente al tema.</p>		<p>Mantienen un promedio de 7 personajes, lo que varía según el tema y su duración. Es evidente la participación de hombres y mujeres colombianos, en su mayoría a nivel individual, entre los que se encuentra la presentadora y representantes de instituciones como testimonios.</p> <p>Se hacen presentes en cada emisión a través de imágenes y relato.</p> <p>Estos personajes se pueden identificar como adolescentes y adultos, algunos miembros de la institución, otros no, pero que presentan una visión positiva frente a los temas.</p>		<p>Presencia individual de un promedio de 5 personajes, entre hombres y mujeres colombianos, entre los que se encuentra la presentadora, expertos, funcionarios de instituciones, testimonios, y otros.</p> <p>Las temáticas son expresadas con apoyo de relato e imágenes.</p> <p>Los personajes son adolescentes, y adultos entre estudiantes, docentes y directivos, con una visión positiva frente al tema.</p>	
TRATAMIENTO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN	<p>Se identifican que en algunos de los programas no todos los personajes que hacen presencia tienen identificación por medio de banner. La mayoría de las fuentes corresponden a miembros directivos y docentes universitarios, y otras a instituciones privadas.</p> <p>Existen fuentes primarias y secundarias, con una participación importante en el desarrollo de las notas.</p>		<p>No todas las fuentes que participan en el desarrollo de la nota son identificadas. Por su variedad de contenidos, dichas fuentes hacen parte de entidades públicas, privadas, y ciudadanos del común.</p> <p>Las fuentes son protagonistas en las notas, con una duración de aproximadamente 3 por lo tanto tienen una participación fundamental.</p>		<p>En algunos casos no todas las fuentes son identificadas. El tipo de temáticas tratadas hace que las fuentes usadas correspondan a entidades públicas y privadas.</p> <p>Las identifica el protagonismo de las fuentes por los contenidos que emiten, así como la duración de sus intervenciones.</p>	
AUTORÍA DE LA INFORMACIÓN	<p>No se identifica claramente la presencia de un periodista, ni un autor de los textos.</p> <p>Los relatos en off pueden ser emitidos por un hombre o una mujer. Sin embargo en la producción,</p>		<p>No se identifica la presencia de un periodista, ni se le da atribución al autor de los textos.</p> <p>Los relatos en off se atribuyen a una mujer.</p> <p>La producción se encuentra equilibrada</p>		<p>No se identifica la presencia de un periodista, ni se atribuye el autor de los textos.</p> <p>Los relatos en off son emitidos por una mujer.</p> <p>En este caso, de la producción se</p>	

CATEGORÍA	PUNTO DE ENCUENTRO	Código registro: 1-2-3	PROYECTO U	Código registro: 4-5-6	REFLEJOS	Código registro: 7-8-9
	edición y manejo de cámara, se mantiene la presencia de sólo hombres.		entre hombres y mujeres, mientras que la edición y la operación de cámara no se especifican.		encarga una mujer, mientras que en la edición y la operación de cámara se mantiene la presencia de hombres.	
VISIÓN DIRECTORES	<p>Está enfocado hacia los estudiantes principalmente.</p> <p>Enfatiza en lo institucional, actividades internas y la comunidad.</p> <p>El equipo de trabajo consta de director general, director del programa, y un asistente de producción.</p> <p>Los estudiantes participan en presentación y reportería.</p> <p>El programa consta de 5 secciones aproximadamente, resaltando personajes, actividades, mensajes institucionales, y colegios de la ciudad.</p> <p>El programa se renueva anualmente en cuanto a cabezote, cortinillas, y presentadora.</p> <p>Se diferencia de otros programas a través de temas académicos y lúdicos.</p> <p>Punto de encuentro es descrito como "Actividades de la Universidad".</p>		<p>El programa está dirigido a los jóvenes.</p> <p>Trabajan cubrimiento de eventos académicos, deportivos y culturales, dentro y fuera de la Institución.</p> <p>La realización del programa está a cargo de dos practicantes de mercadeo y publicidad.</p> <p>Los estudiantes participan en la presentación y actividades internas.</p> <p>Cuenta con cerca de 9 secciones entre música, personajes, actividades, deportes, entre otras, que varían en cada emisión.</p> <p>El programa se renueva cada año, enfatizando cada vez más en emitir el programa en el Canal Universitario.</p> <p>La diferencia con otros programas se marca en el lenguaje juvenil que manejan.</p> <p>Proyecto U es definido como "gente joven".</p>		<p>El programa está dirigido a los estudiantes y la comunidad.</p> <p>Se enfatiza en temas de actualidad, y actividades internas.</p> <p>El equipo de trabajo consta de un periodista editor, y dos camarógrafos.</p> <p>La participación de los estudiantes se refleja en la presentación, y en las actividades de las que ellos hacen parte.</p> <p>La estructura del programa parte de un tema central dirigido a la comunidad desde lo académico y científico, seguido de un espacio para los colegios, y un último de promoción institucional.</p> <p>La renovación del programa es anual en cuanto a imagen, edición y secciones.</p> <p>Se diferencia de otros programas al manejar temas de actualidad vistos desde la academia.</p> <p>Reflejos se describe como "un magazín".</p>	

A partir de los resultados de la ficha de análisis (Ver Anexo 4) de los programas emitidos durante el 2008, se pueden inferir algunas comparaciones entre las tres producciones de televisión universitarias en Bucaramanga:

- 1- Los tres programas son emitidos en un rango de horario similar por aproximadamente 30 minutos cada uno. Sin embargo, existe una diferencia notable en el canal y día de emisión, debido a que por una parte el programa “Reflejos”, por ser emitido en dos canales tiene una mayor cobertura, y coincide con “Punto de Encuentro” en transmisiones los fines de semana, en donde la audiencia dedica más tiempo a la televisión que entre semana.
- 2- Las herramientas usadas en la producción de cada programa concuerda en cuanto al cabezote de entrada y a las cortinillas entre notas, mientras que el cabezote como parte del cierre del programa no es esencial para “Proyecto U” y “Reflejos”, lo cual sólo deja entrever el estilo de las instituciones.
- 3- Aunque los tres programas se caracterizan por desarrollar notas con un tiempo superior a los 2 minutos, la cantidad de notas por producción universitaria varían en gran medida, siendo “Reflejos” la institución con mayor cantidad de divisiones en la escaleta. De la misma manera, mientras “Punto de Encuentro” y “Proyecto U” desarrollan variedad de temas, “Reflejos” dedica gran parte de la emisión al desarrollo de un solo hecho,

por lo tanto el bloque principal resulta más extenso a comparación con las otras producciones.

- 4- Se mantiene el concepto de la presentadora mujer, lo que permite inferir que existe una influencia de la televisión comercial en la televisión universitaria, en donde lo que genera mayor audiencia no son los contenidos sino una cara bonita en las pantallas.
- 5- La falta de identificación de las voces en off es una constante en los tres programas, no manejan con frecuencia la presencia en cámara de un periodista en el desarrollo de las notas, pero cuando lo hacen, omiten nuevamente la identificación de este personaje.
- 6- Las notas regularmente son extensas, en unos programas más que en otros, y al igual que un noticiero, las imágenes de apoyo, los testimonios y la voz en off son frecuentes y a veces las únicas herramientas disponibles para contar los hechos. La musicalización, el sonido ambiente y el uso de cortinillas, son carencias sobresalientes en mayor medida en el programa “Reflejos”, y el uso de infografías son mínimamente tenidas en cuenta en las tres producciones universitarias.
- 7- Referente a los contenidos, se encuentran diferencias bastante notables, ya que mientras “Punto de Encuentro” desarrolla sus contenidos en su mayoría a partir de información institucional, “Proyecto U” se abre un poco más a información que involucre a personajes fuera de la universidad sin olvidarse

de las actividades internas, y “Reflejos” parte de hechos de interés para la ciudad enfocándose además en la visión de estos temas desde la academia. En este aspecto, se encuentra sin embargo un equilibrio en los tres programas, los cuales guían el desarrollo de sus notas a partir de una visión positiva.

- 8- Respecto a la identificación de las fuentes, ocasionalmente se omite información sobre los personajes que dan un aporte a los temas expuestos por cada institución de educación superior. Así mismo, al comunicar por medio de voz off, se excluye totalmente la identificación de quien en este caso es el periodista.
- 9- En cuanto al manejo de cámara y edición, aunque el programa “Proyecto U” no lo especifica, los otros son operados por hombres, al igual que pasa con la producción a excepción del programa “Reflejos” que es dirigido por una mujer.

Tabla 2. Análisis comparativo programas universitarios emitidos en el año 2010

CATEGORÍA	PUNTO DE ENCUENTRO	Código registro: 10, 11, 12	PROYECTO U	Código registro: 13, 14, 15	REFLEJOS	Código registro: 16, 17, 18
DATOS IDENTIFICATIVOS	Es emitido por el canal regional TRO. El día sábado en horario day-time. Duración aproximada de 30 minutos. Hace uso de cortinillas entre notas, así como cabezote de entrada y salida.		Es emitido por el canal 2 de UNE. Los lunes en horario day-time. Duración aproximada 30 minutos. Se mantiene el uso de cortinillas entre notas, así como cabezote de entrada y salida.		Es emitido por el canal regional TRO y el canal 2 de UNE. Los domingos en horario day-time. Duración aproximada de 30 minutos. Hace uso de cortinillas entre notas y cabezote de entrada.	
RELEVANCIA DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS	Se definen como notas extra largas, es decir, con una duración mayor a 131 segundos. Cuenta con un promedio de 6 notas, siendo variada la posición en la escaleta de la nota principal. El bloque principal es aproximadamente de 7 minutos.		Se definen como notas extra largas, debido a su duración superior a los 131 segundos. El programa tiene un promedio de 4 notas, variando la posición de la nota principal en la escaleta. Los bloques principales tienen una duración aproximada de 12 minutos.		Desarrolla notas extra largas, con duración superior a 131 segundos. Cada programa desarrolla aproximadamente 7 notas, variando la posición de la nota principal en la escaleta. El bloque principal tiene una duración aproximada de 8 minutos.	
ESTRUCTURA DE LA UNIDAD	La presentadora interviene entre notas, aparece ocasionalmente en imagen y voz de un periodista. Las notas cuentan principalmente con un amplio espacio de imágenes, testimonios, música y voz off. Se usan las cortinillas para dar paso y cerrar la nota. El sonido ambiente es mínimo.		La presentadora hace presencia haciendo la introducción de algunas notas. En estos programas hay una mayor aparición de periodista tanto en imágenes como en audio. Durante las notas se le da mayor relevancia a las imágenes, testimonios, voz off, música y sonido ambiente. Se usan cortinillas para dar paso y cerrar cada tema.		Existe intervención de una presentadora pero no de un periodista. En ciertos espacios incluyen la participación de un periodista hombre. Durante la nota se resalta el frecuente uso de imágenes, testimonios, voz off y música. El sonido ambiente es ocasional. No se recurren al uso de las cortinillas en las notas principales.	
TEMÁTICA DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	Se desarrollan contenidos referentes a las actividades dentro de la universidad y fuera de ella, por tanto son de interés en el ámbito local. De acuerdo con la información, se		Se producen temas sobre actividades de diferente índole dentro y fuera de la universidad como bloque principal, y por tanto local. Se puede deducir con base en los		El programa desarrolla temas de interés para la ciudad, por tanto el tema central tiene influencia en el ámbito local. Se puede inferir que las notas hacen	

CATEGORÍA	PUNTO DE ENCUENTRO	Código registro: 10, 11, 12	PROYECTO U	Código registro: 13, 14, 15	REFLEJOS	Código registro: 16, 17, 18
	deduce que es son evento previstos.		contenidos que es un evento previsto.		referencia a eventos previstos.	
TRATAMIENTO DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	<p>Los temas centrales son desarrollados empezando por una introducción, así como imágenes en video y testimonios, en ciertos casos, guiados a través de una entrevista. Se puede inferir la presencia de un redactor a partir de los textos en off, y ocasionalmente de un periodista hombre.</p> <p>No hacen uso de infografía. Utilizan imágenes propias.</p> <p>El tema tiende a manifestar acontecimientos positivos de los personajes.</p>		<p>Se destacan herramientas como el off conductor, video, y testimonios a través de entrevistas.</p> <p>Se advierte presencia de un redactor a partir de los textos en off, así como de un reportero que puede ser hombre o mujer.</p> <p>No hacen uso de infografía. Utilizan imágenes propias.</p> <p>El tema manifiesta acontecimientos positivos con relación a los personajes.</p>		<p>Se realiza una introducción al tema, off conductor, video y testimonios.</p> <p>Se puede inferir la presencia de un redactor, y ocasionalmente de un periodista.</p> <p>No hacen uso de infografía. Utilizan imágenes propias.</p> <p>De acuerdo al tipo de temas desarrollados, algunos de los acontecimientos están encaminados hacia la neutralidad.</p>	
TRATAMIENTO DE LOS PERSONAJES	<p>Presencia individual de un promedio de 7 personajes por nota, entre hombres y mujeres colombianos. Se destaca la participación de la presentadora, y de funcionarios de instituciones como testimonios.</p> <p>Las notas se apoyan de imágenes y audio de adolescentes y adultos, miembros de la universidad, que presentan una visión positiva frente al tema.</p>		<p>Presencia individual de un promedio de 16 personajes por nota, hombres y mujeres colombianos, entre los que se encuentra la presentadora, funcionarios de instituciones y empresas, que hacen parte de los testimonios.</p> <p>Las notas se apoyan de imágenes y relato.</p> <p>Se identifican personajes entre adolescentes y adultos, que hacen parte del grupo estudiantil, docente y directivo de la institución, y presentan una visión positiva frente al tema.</p>		<p>Se identifica la presencia individual de un promedio de 8 personajes en cada nota, entre hombres y mujeres colombianos. Se destaca la intervención de la presentadora, así como los testimonios de expertos en el tema, y funcionarios de instituciones.</p> <p>Las notas se apoyan en imágenes y relato.</p> <p>Adolescentes y adultos, quienes representan a estudiantes y directivos de la Universidad, participan dentro de la nota con una visión neutral frente al tema.</p>	
TRATAMIENTO DE LAS FUENTES DE	De los personajes que hacen presencia, solo se identifican en promedio 6 personajes como fuentes de información que participan como		Con un promedio de 5 fuentes identificadas en las notas principales, es notable la ausencia de identificación de estas. Las fuentes		Se evidencia un promedio de 7 fuentes identificadas en las notas principales, las cuales se perfilan como expertos que aportan a los temas con su	

CATEGORÍA	PUNTO DE ENCUENTRO	Código registro: 10, 11, 12	PROYECTO U	Código registro: 13, 14, 15	REFLEJOS	Código registro: 16, 17, 18
INFORMACIÓN	<p>testimonios, y representan a instituciones privadas, principalmente, a la Universidad Santo Tomás.</p> <p>Las fuentes se identifican directa e indirectamente, en voz e imagen, durante gran parte del desarrollo de la nota.</p> <p>Los personajes son protagonistas en el desarrollo del tema, desenvolviéndose este en el ámbito local, con una visión positiva del acontecimiento.</p>		<p>mencionadas participan como testimonios, en representación de instituciones y/o empresas, principalmente de la UDES.</p> <p>La aparición de las fuentes, se realiza a través de voz e imagen directa, sin embargo se le da mayor relevancia a las imágenes en video.</p> <p>Se evidencia el protagonismo de las fuentes, las cuales tienen una visión positiva de acuerdo a la información, que se desarrolla en el ámbito local.</p>		<p>testimonio y además hacen parte de instituciones públicas y privadas.</p> <p>Las fuentes se identifican directamente a través de la voz y la imagen, con una gran participación durante las notas.</p> <p>Se identifica el protagonismo de las fuentes, quienes hacen su aporte entre positivo y neutral, según el tema de ámbito local desarrollado.</p>	
AUTORÍA DE LA INFORMACIÓN	<p>No se le da importancia, debido a la falta de identificación, a la presencia de un periodista o autor de los textos.</p> <p>Los relatos en off, se atribuyen a un hombre por el tono de voz, mas no por una identificación.</p> <p>Se mantiene la presencia de hombres en la producción, edición y manejo de cámara.</p>		<p>Se puede inferir la poca relevancia a la presencia de un periodista y/o autor de los textos, debido a la falta de identificación.</p> <p>Los relatos en off, se atribuyen en su mayoría a una mujer, sin embargo también se destaca la participación de un hombre. Esto se puede inferir por la presencia en imagen y el tono de voz en los off, pero no por ser identificado.</p> <p>Se mantiene la presencia de hombres en la producción, edición y manejo de cámara.</p>		<p>Continúa si ser identificada la presencia de un periodista, ni un autor de los textos.</p> <p>Los relatos en off, se atribuyen a un hombre por el tono de voz.</p> <p>Se mantiene la presencia de hombres en la edición y manejo de cámara, pero la producción está a cargo de una mujer.</p>	

En esta segunda etapa de investigación, se analizaron nuevamente tres emisiones durante el primer semestre del año 2010 de cada programa de televisión universitario (Ver Anexo 4). A partir de allí se lograron las anteriores inferencias particularmente por programa, así como comparaciones entre los mismos durante los dos años de emisión estudiados en esta investigación:

- 1- Del año 2008 al 2010, los programas de televisión de la Universidad Santo Tomás, Universidad de Santander, y Universidad Cooperativa de Colombia, han efectuado un cambio en cuanto a la producción de sus cabezotes, cortinillas, efectos, entre otros, tal y como lo expresaban sus productores, lo que genera mayor atractivo para las audiencias de cada programa.
- 2- Los tres programas continúan con su horario de emisión en los mismos canales, en este caso los definidos para su transmisión desde el comienzo de esta investigación: “Punto de Encuentro”- TRO; “Proyecto U”- Canal UNE; y “Reflejos”- TRO y Canal UNE.
- 3- La duración de todos los programas continúa siendo de 30 minutos aproximadamente, con notas en su mayoría superiores a los 2 minutos tal y como sucedía en el año 2008. Por su parte, el promedio de notas por programa ha tenido una variación constante durante el 2010 en las emisiones de “Punto de Encuentro” y “Proyecto U”, mientras que en las emisiones del programa “Reflejos” hay una notable disminución en el número de notas totales, evidenciado en la reducción del fraccionamiento de

un mismo tema como se acostumbraban a desarrollar las notas en el año 2008.

- 4- El concepto de la mujer como presentadora continúa vigente en las emisiones del año 2010, con una variación en el programa “Reflejos”, el cual establece en una de sus secciones la introducción y guía constante durante el desarrollo de las notas de un presentador (hombre).
- 5- Al igual que en el 2008, se mantiene la falta de identificación de las voces en off, así como de los periodistas cuando hacen presencia en imagen y/o voz.
- 6- Las notas están compuestas principalmente por imágenes en video, voz off, testimonios y musicalización en los tres programas.
- 7- La participación de estudiantes, docentes y directivos de las universidades es constante en todos los programas, aún cuando los temas tratados no sean específicamente relacionados con actividades dentro de las instituciones, como es el caso de “Reflejos” que interviene en la mayoría de su programa con información para toda la comunidad de la región, por lo tanto guía los contenidos hacia una posición más neutral, mientras que “Punto de Encuentro” y “Proyecto U” presentan sus temas con una visión positiva.
- 8- Las fuentes comunes en los tres programas son las de carácter privado, siendo las universidades productoras de cada proyecto televisivo quienes encabezan la lista, con una notable participación de miembros de estas

instituciones. Sin embargo, por el contenido de sus temas, el programa “Reflejos” requiere apoyo de otro tipo de entidades para no caer en la parcialización de la información.

- 9- Aunque los temas que asumen los tres programas pueden tener un interés en el ámbito local, los contenidos logran segmentar aún más la audiencia hacia un público de carácter universitario principalmente. Además, tienen en común una sección dirigida a una audiencia escolar, siendo un espacio en el la universidad suelta el control a los jóvenes de colegio para que expongan a su manera las actividades en sus instituciones, ejecutando de esta manera estrategias de promoción institucional.
- 10- Continúa la omisión de identificación a ciertos participantes en la realización de los programas como los periodistas, redactores y voz off.
- 11-La edición y manejo de cámara sigue siendo en todos los programas un trabajo de hombres, así como la producción de “Proyecto U” y “Punto de Encuentro”.

6. CONCLUSIONES

El análisis comparativo de la televisión universitaria en Bucaramanga, realizado a partir de los productos desarrollados por la Universidad Santo Tomás (Punto de Encuentro), la Universidad de Santander (Proyecto U), y la Universidad Cooperativa de Colombia (Reflejos), pretendía identificar como primera medida, la estructura narrativa de los textos y los contenidos que prevalecen en los productos televisivos de las instituciones de educación superior.

De acuerdo con los resultados encontrados en este aspecto se reconoció una estructura aparentemente similar en los tres programas universitarios. Estos están conformados por un cabezote de entrada, la introducción a las temáticas de una presentadora, cortinillas que dividen en ocasiones los contenidos haciendo referencia también en algunos casos a secciones específicas, y las notas apoyadas generalmente por entrevistas, testimonios, imágenes en video, audio, voz off, musicalización, sonido ambiente e infografías, cerrando con sus respectivos créditos y esporádicamente el cabezote de cierre.

Estas herramientas reflejan una variación perceptible a partir del mayor o menor uso que se le da en cada programa. Las diferencias, aunque mínimas en cuanto a la estructura narrativa, logran una identificación y asociación del programa con la visión previamente establecida de cada institución educativa.

En cuanto a los temas desarrollados, se destacan prioritariamente los relacionados con información de la ciudad, las actividades académicas internas, y las actividades administrativas, siendo común explotar la información generada en el mismo entorno educativo de la Universidad, y que además, es ideal para promocionar la institución. Sin embargo, temas importantes como la opinión y la educación en la ciudad no son mencionados con la suficiente frecuencia.

La evolución de los contenidos en los programas universitarios del año 2008 a la actualidad es mínima, y en algunos casos, no se permite determinar una diferencia notoria en cuanto a la información que llega a las audiencias.

Esta investigación sirve como una guía a tener en cuenta para poder participar en las franjas del Canal Universitario Nacional, donde se destaca el entretenimiento como parte de una formación integral para los estudiantes y televidentes, también es un tema que predomina en las producciones televisivas universitarias.

De la misma manera, se ha determinado a través de este proyecto investigativo que una de las causas que no permite una investigación e información más profunda sobre diferentes temas tiene relación con la estructura de producción, en la que se evidencia la escasa mano de obra con la que cuentan los programas universitarios en su realización, debido a que los productores deben intervenir en diferentes actividades para lograr que un producto nuevo esté al aire semanalmente, de no ser así, los televidentes se enfrentarán con una repetición del mismo programa.

Por esta misma razón, los programas demuestran su tendencia a las notas informativas, mientras que los reportajes, las crónicas, las entrevistas en profundidad, así como otras formas narrativas, no se logran evidenciar dentro de las emisiones analizadas.

La influencia de los ciclos académicos que nutren semanalmente cada uno de los programas es bastante fuerte, revelando temporadas en donde la falta de información académica y/o institucional, genera un vacío para las universidades, las cuales deben recurrir frecuentemente a la repetición de contenidos.

Por su parte, los hombres cumplen un rol sobresaliente en la producción, siendo los encargados del manejo de cámaras, edición, y en la mayoría de los casos también de la dirección y producción de los programas, siendo esporádica la participación de las mujeres en este aspecto.

7. RECOMENDACIONES

Luego de reconocer la estructura narrativa y los contenidos de la televisión universitaria en Bucaramanga, se destacan ciertos aspectos que fortalecerían la producción de los tres programas analizados y de futuros proyectos emprendidos por otras instituciones de educación superior.

- 1- Las instituciones deben tener en cuenta la necesidad de la televisión universitaria de competir con la televisión comercial, dándole a una audiencia específica el valor agregado perteneciente a la calidad técnica y originalidad en su producción y contenidos.
- 2- Es fundamental que los programas universitarios en Bucaramanga vayan más allá de la promoción institucional, y se enfoquen en la exploración de temas que acerquen los conocimientos universitarios a aquellas personas que no tienen la oportunidad de recibir la educación superior. Por supuesto, estos contenidos deben ir ligados a lo mencionado anteriormente sobre la calidad e innovación en la presentación de la información.
- 3- Este proyecto es una invitación a que las Universidades de Bucaramanga amplíen las opciones temáticas en sus programas, y vean en la ecología, el debate social, la tecnología y otros tantos existentes, nuevas posibilidades de atraer audiencias, de cumplir su función de enseñar y formar personas pero fuera de un aula de clase, y por qué no, promocionar sus instituciones.

- 4- Las instituciones productoras de programas de televisión universitaria deben ser conscientes del trabajo que merece el desarrollo de una propuesta de este tipo, por tanto el apoyo de profesionales en la producción de los programas es fundamental para la ejecución de un producto con calidad técnica.

- 5- En cuanto a la participación de estudiantes, docentes y directivos, por ser fuentes de fácil acceso, debe ser más significativa en la generación de nuevos contenidos que puedan trascender las aulas de clase y se posicionen como temas de interés para toda la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

CASETTI, Francesco. y CHIO, Federico Di. Análisis de la televisión: Instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós, 1999.

FERRÉS, Joan. Televisión y educación. Barcelona: Editorial Paidós, 1998. Pág. 16

PEREZ, Tornero José Manuel. El Desafío Educativo de la Televisión: Para comprender y usar el medio. Editorial Paidós. Fundamentos y Modelos de la televisión educativo-cultural. Página 167.

SANDOVAL, Carlos Arturo. Investigación cualitativa. Bogotá: ICFES-ASCÚN. 1996. p 21-92.

VIZCAINO, Milcíades. Universidad y Medios Masivos. Del Estado de bienestar al mercado. Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. Primera edición. Noviembre de 2006. Pág. 282.

WEBGRAFÍA

ALTUS en Línea. Universidad Sergio Arboleda. Los universitarios tendrán al fin su propio espacio con sus propias reglas. Internet:
<http://www.usergioarboleda.edu.co/altus/canal-universitario.htm>

ANDREÚ, Jaime. Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión Actualizada. Conceptualización del Análisis de Contenido. Internet:
<http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>

Biblioteca Luís Ángel Arango del Banco de la República."Historia de la Televisión en Colombia". Internet:
http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/index2.htm

Canal Universitario Nacional ZOOM. Internet:
<http://www.zoomcanal.com.co/Universidades/tabid/96/Default.aspx>

BURGOS, Gabriel. Acto de Instalación del Comité Consultivo del Canal Universitario Nacional. 15 marzo de 2007, Bogotá, D.C. Internet:
http://www.cntv.org.co/cntv_bop/universitario/viceministro.pdf

PIÑUEL, José Luís. Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. Universidad Complutense de Madrid. Pág. 7. Internet: <http://www.ucm.es/info/mdcs/A.Contenido.pdf>

Centro Virtual de Noticias. Ministerio de Educación. “Productoras Universitarias lanzan serie de televisión pública”. Mayo de 2008. Internet: <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/article-161220.html>

MONCÚS BLANCO, Belén, y MARIÑO, Miguel Vicente. Analizando noticiarios televisivos: revisión y propuesta metodológica. Cuadro 4. Internet: http://www.griss.org/curriculums/monclus/publicaciones/aeic_monclus_vicente.pdf

MOSQUERA, Mauricio. El show del conocimiento, oportunidades de la televisión universitaria. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. La Paz. 2005. Internet: <http://www.c3fes.net/docs/tvpublicabolivia04.pdf>.

NORIEGA, Eduardo. Acuerdo Número 005. Canal Universitario Nacional ZOOM. 18 de septiembre de 2006. Pág. 5. Internet: <http://www.zoomcanal.com.co/LinkClick.aspx?fileticket=Ynb6kOyQDoE%3D&tabid>

=56

ZAPATA, Donna. Efectos de un modelo de televisión educativa en la formación académica universitaria. Universidad de Antioquia. Medellín- Colombia. Internet: <http://docencia.udea.edu.co/vicedocencia/investigaciontv/proyecto03.html>

ANEXOS

Anexo 1. Libro de Códigos

CÓDIGO REGISTRO	PROGRAMA	FECHA	TEMA CENTRAL
1	PUNTO DE ENCUENTRO	Marzo 1 de 2008	Nuevo proyecto televisivo “Cristovisión”
2	PUNTO DE ENCUENTRO	Agosto 16 de 2008	Anuncio del 9° Congreso de Humanidades basado en el Bio-desarrollo.
3	PUNTO DE ENCUENTRO	Octubre 25 de 2008	Desarrollo de actividades en la Semana Tomasina.
4	PROYECTO U	Marzo 10 de 2008	Presentación de grupo musical de rap, “La Reserva”.
5	PROYECTO U	Marzo 31 de 2008	Conferencia sobre sistema de transporte masivo Metrolínea.
6	PROYECTO U	Abril 7 de 2008	Actividad de Integración para los estudiantes nuevos de la Institución.
7	REFLEJOS	Abril 13 de 2008	Obesidad
8	REFLEJOS	Julio 13 de 2008	Plan de Desarrollo Territorial en Bucaramanga y su área Metropolitana.
9	REFLEJOS	Noviembre 16 de 2008	Desarrollo de Alianzas manufactureras para la creación de nuevas carreras técnicas y tecnológicas.
10	PUNTO DE ENCUENTRO	Abril 10 de 2010	Inauguración de los Juegos Internos Tomasinos.
11	PUNTO DE ENCUENTRO	Mayo 8 de 2010	Celebración día del escritor tomasino.
12	PUNTO DE ENCUENTRO	Mayo 22 de 2010	Historia de la creación del Instituto San José de la Salle en Bucaramanga.
13	PROYECTO U	Marzo 30 de 2010	Recorrido por Santander y las actividades para Semana Santa
14	PROYECTO U	Abril 27 de 2010	Bienvenida a estudiantes de primer semestre
15	PROYECTO U	Mayo 11 de 2010	Historia Premios Elite de la Universidad de Santander.
16	REFLEJOS	Abril 25 de 2010	¿Qué es la cultura para los habitantes de Bucaramanga? Y su significado según los expertos.
17	REFLEJOS	Mayo 9 de 2010	Red de prevención de enfermedades crónicas.
18	REFLEJOS	Mayo 30 de 2010	Casos en los que los derechos del consumidor son violados.

Anexo 2. Definición Unidades de Clasificación

Cabezote, presentación y notas, Créditos.

 Cortinillas

 Notas principales del programa

Programa: Punto de encuentro

Fecha: Marzo 2 de 2008

Código registro: 1

#	Acción	Características	Tiempo Parcial	Tiempo total	Descripción	Tema	Categoría de análisis
1	Cabezote	Imágenes de la Universidad. Música y letra.	1 min	1 min			
2	Presentación 1	Exterior día.	20"	1'20	Bienvenida al programa.		
3	Cortinilla	Imágenes de actividades en la Universidad en colores rojo y azul, con el logo y el nombre del programa sobrepuesto.	5"	1'25	Separa presentación de introducción a la primera nota.		
4	Presentación 2	Contrapicado.	8"	1'33	Inducción a la primera nota.		
5	Cortinilla	Fondo rojo con el escudo de la Universidad. Imágenes subiendo.	10"	1'43	Entrada a la siguiente nota.		
6	Nota 1	Voz off (masculino) 7 testimonios	3'37	5'20	Se muestra un espacio de reflexión sobre la labor de los docentes universitarios.	Encuentro docentes universitarios	Actividades administrativas.
7	Cortinilla	Imágenes de actividades de la Universidad debajo de línea azul y sepia.	7"	5'27	Fin de nota.		
8	Presentación 3	Exteriores.	13"	5'40	Introducción próxima nota.		
9	Nota 2	Voz off (femenina) Voz populi Doble pantalla 4 testimonios	5'04	10'44	Se presenta el nuevo proyecto televisivo "Cristovisión", mediante voz populi y expertos en el tema.	Canal Universitario	Proyectos Institucionales.
10	Cortinilla	Imágenes de actividades en la Universidad en colores rojo y azul, con el logo y el nombre del programa sobrepuesto.	5"	10'49	Fin de nota.		
11	Presentación 4	Exterior día.	7"	10'56	Introducción próxima nota.		

12	Cortinilla	Imágenes de actividades, con efecto de cambio de colores y líneas azules sobrepuestas. Nombre de la sección.	6"	11'02	Entrada a sección "En foco".		
13	Nota 3	6 testimonios Música en inglés.	1'36	12'38	Aporte de la Iglesia Católica en cuanto al nuevo Canal "Cristovisión".	Aportes religiosos.	Religión
14	Cortinilla	Imágenes de actividades, con efecto de cambio de colores y líneas azules sobrepuestas. Nombre de la sección.	4"	12'42	Fin de sección "En foco".		
15	Cortinilla	Imágenes de actividades de la Universidad debajo de línea azul y sepia.	4"	12'46	Paso a la siguiente presentación.		
16	Presentación 5	Exteriores.	10"	12'56	Introducción próxima nota.		
17	Nota 4	Voz off (masculina) 5 testimonios	3'16	16'12	Grupo de estudiantes universitarios participan en el 12° Salón Regional de Artistas, Zona Oriente.	Artes plásticas	Actividades académicas internas
18	Cortinilla	Imágenes de actividades en la Universidad en colores rojo y azul, con el logo y el nombre del programa sobrepuesto.	5"	16'17	Fin de nota.		
19	Presentación 6	Exteriores. Plano medio	9"	16'26	Introducción a la nota.		
20	Nota 5	Voz off (masculina) 4 testimonios	2'05	18'31	Capacitación del personal administrativo en la implementación de los procesos de gestión de calidad.	Capacitaciones	Actividades administrativas.
21	Cortinilla	Imágenes de actividades en la Universidad en colores rojo y azul, con el logo y el nombre del programa sobrepuesto.	5"	18'36	Fin de nota.		
22	Presentación 7	Primer plano.	5"	18'41	Introducción a la nota.		

23	Nota 6	Voz off (masculina)	23"	19'04	Conferencia entre directivos universitarios sobre situaciones presentes y futuras de la institución.	Espacio de discusión	Actividades administrativas.
24	Cortinilla	Imágenes de actividades en la Universidad en colores rojo y azul, con el logo y el nombre del programa sobrepuesto.	5"	19'9	Fin de nota.		
25	Presentación final	Cámara inclinada. Plano medio	11"	19'20	Despedida del programa.		
26	Cabezote y créditos	Primeras imágenes del cabezote. Se reducen las imágenes y aparecen créditos. Música y letra de fondo.	49"	20'09	Fin del programa.		

Programa: Proyecto U

Fecha: Marzo 10 de 2008

Código registro: 4

#	Acción	Características	Tiempo Parcial	Tiempo total	Descripción	Tema	Categoría de análisis
1	Cabezote	Entra letras "Proyecto U" con efectos de explosión. Un mundo girando y aparecen temas. Estudiantes en la Universidad. Letras "Proyecto U"	45"	45"			
2	Presentación 1	Exteriores. Plano americano. Banner.	12"	57"	Bienvenida al programa		
3	Cortinilla	Letras "Proyecto U" con efecto de explosión.	4"	1'01	Separa presentación de introducción a la primera nota.		
4	Presentación 2	Exteriores. Plano medio. Contra picado.	5"	1'06	Introducción a la primera nota.		
5	Cortinilla	Imágenes de las	7"	1'13	Paso a la sección		

		instalaciones de la Universidad. Tema: Institucional.			"Institucional".		
6	Presentación 3	Exteriores. Plano medio.	9"	1'22	Introducción a la siguiente nota.		
7	Nota 1	Voz off (masculina)	25"	1'47	Celebración del día Internacional de la mujer.	Integración	Recreación dentro de la Universidad.
8	Cortinilla	Letras "Proyecto U" con efecto de explosión.	5"	1'52	Cierre de nota.		
9	Presentación 4	Exteriores. Plano americano.	11"	2'03	Introducción siguiente nota.		
10	Cortinilla	Imágenes de estudiantes. Tema: Qué dice la U	6"	2'09	Paso a la presentación de la sección "Qué dice la U"		
11	Nota 2	Voz populi	1'44	3'53	Sondeo a las mujeres de la Universidad sobre cómo desean celebrar el día de la mujer.	Fechas especiales	Opinión
12	Cortinilla	Letras "Proyecto U" con efecto de explosión.	4"	3'57	Cierre de nota.		
13	Presentación 5	Exteriores. Plano americano.	8"	4'05	Introducción siguiente nota.		
14	Cortinilla	Imágenes de las instalaciones de la Universidad. Tema: Institucional.	7"	4'12	Paso a la sección "Institucional".		
15	Nota 3	Voz off (femenina) Entrevista	3'11	7'23	Historia de vida de mujer estudiante de la Universidad Santo Tomás.	Estudiantes destacados	Personajes Universitarios
16	Cortinilla	Letras "Proyecto U" con efecto de explosión.	5"	7'28	Cierre de nota.		
17	Presentación 6	Interiores. Plano medio.	6"	7'34	Introducción siguiente nota.		
18	Cortinilla	Jóvenes cantando. Tema: Música U	7"	7'41	Paso a la sección "Música U"		
19	Nota 4	Voz off (masculina) 6	3'34	11'15	Presentación de grupo musical	Música	Personajes de la ciudad.

		testimonios			de rap, "La Reserva".		
20	Cortinilla	Letras "Proyecto U" con efecto de explosión.	5"	11'20	Cierre de nota.		
21	Presentación 7	Interiores. Plano americano.	8"	11'28	Introducción siguiente nota.		
22	Nota 5	Voz off (femenina) 2 Testimonios Voz off (masculina)	2'13	13'41	Explicación del proceso de fabricación de vidrios por parte de una empresa santandereana.	Trabajo	Personajes de la ciudad.
23	Cortinilla	Letras "Proyecto U" con efecto de explosión.	5"	13'46	Cierre de nota.		
24	Presentación 8	Exteriores. Plano medio.	7"	13'53	Introducción siguiente nota.		
25	Cortinilla	Imágenes de las instalaciones de la Universidad. Tema: Institucional.	7"	14'00	Paso a la sección "Institucional".		
26	Nota 6	Voz off (masculina) 2 testimonios Entrevista	2'06	16'06	Desarrollo de Seminario Taller Internacional de Psicología Organizacional.	Conferencia	Actividades académicas internas.
27	Cortinilla	Letras "Proyecto U" con efecto de explosión.	5"	16'11	Cierre de nota.		
28	Presentación 9	Interiores. Plano medio.	6"	16'17	Introducción siguiente nota.		
29	Cortinilla	Jóvenes en la emisora. Tema: Zona U	7"	16'24	Paso a la sección "Zona U"		
30	Nota 7	Viseo musical. Presentación desde Emisora U 107	3'20	19'44	Video musical y presentación del top 5 de la semana desde la emisora U 107.7 f.m.	Música	Música fuera de la Universidad.
31	Cortinilla	Letras "Proyecto U" con efecto de explosión.	5"	19'49	Cierre de nota.		
32	Presentación final	Exteriores. Plano medio. Contra picado.	12"	20'01	Despedida del programa.		
33	Créditos	Imagen de amanecer. Créditos.	41	20'42	Fin del programa.		

Programa: Reflejos

Fecha: Abril 13 de 2008

Código registro: 7

#	Acción	Características	Tiempo Parcial	Tiempo total	Descripción	Tema	Categoría de análisis
1	Cabezote	Fondo verde. Recuadro imágenes gente común, universidad y logo del programa. Texto: Reflejos Audio: Introducción.	26"	1'16			
2	Presentación 1	Exterior noche. Plano medio	30"	1'46	Presentación al programa y tema central.		
3	Cortinilla	Animación logo Universidad. Texto: Visión.	16"	2'02	Paso a información institucional		
4	Spot Institucional.	Imágenes de la Universidad y sus diferentes carreras.	1'01	3'03	Visión de la Universidad Cooperativa de Colombia.		
5	Nota 1	Voz off (femenina) 1 testimonio.	1'07	4'10	Estadísticas sobre obesidad en Santander.	Salud	Información de la ciudad
6	Presentación 2	Exterior noche Plano medio	16"	4'26	Guía la nota central		
7	Nota 2	1 testimonio	32"	4'58	Cómo descubrir que se es obeso.	Salud	Información de la ciudad
8	Presentación 3	Exterior noche Plano medio	14"	5'12	Anuncio comerciales		
9	Cortinilla	Fragmento de cabezote	5"	5'17	Salida		
10	Comerciales		2'05	7'22			
11	Cortinilla	Fragmento de cabezote	4"	7'26	Entrada		
12	Presentación 4	Exterior noche Plano medio	17"	7'43	Guiar la nota principal		
13	Nota 3	Voz off (femenina) 1 testimonio	28"	9'11	A quiénes afecta la obesidad	Salud	Información de la ciudad
14	Presentación 5	Exterior noche Primer plano	13"	9'24	Guiar nota principal		

15	Nota 4	2 testimonios (continúan voz off)	1'18	10'42	Los sistemas de salud deben garantizar atención a obesidad.	Salud	Información de la ciudad
16	Presentación 6	Exterior noche Primer plano	8"	10'50	Guiar nota principal		
17	Nota 5	2 testimonio (continúa voz off) Voz off (femenina)	1'44	12'34	Los pacientes deben exigir atención médica.	Salud	Información de la ciudad
18	Presentación 7	Exterior noche Plano medio	15"	12'49	Guiar nota principal		
19	Nota 6	1 testimonio Voz off (femenina)	1'25	14'14	Cómo evitar la obesidad	Salud	Información de la ciudad
20	Presentación 8	Exterior noche Primer plano	27"	14'41	Anuncio comerciales		
21	Cortinilla	Fragmento cabezote	4"	14'45	Salida		
22	Comerciales		2'04	16'49			
23	Cortinilla	Fragmento cabezote	3"	16'52	Entrada		
24	Cortinilla	Efecto de entrada y salida de recuadros con imágenes. Fondo azul. Texto: Pilosos al control	15"	17'07	Paso a la sección "Pilosos al Control".		
25	Nota 7	2 presentadoras Entrevista 6 testimonios (Continúa voz off)	5'05	23'13	Un recorrido por el Colegio La Presentación.	Educación	Educación en la ciudad.
26	Cortinilla	Fondo de colores. Pantalla de televisor. Texto: Pilosos al control.	4"	23'17	Cierre sección "Pilosos al Control"		
27	Cortinilla	Flechas hacia arriba y hacia abajo. Texto: Así vamos en la U.	7"	23'24	Paso a la sección "Así vamos en la U"		
28	Nota 8	Voz off (femenina)	16"	23'40	Entrega de certificados a población vulnerable.	Ceremonia	Actividades académicas internas
29	Cortinilla	Flechas hacia arriba y hacia abajo. Texto: Así	7"	23'47	Paso a la sección "Así vamos en la U"		

		vamos en la U.					
30	Nota 9	Voz off (femenina)	28"	24'15	Lanzamiento libro	Evento	Actividades académicas internas.
31	Cortinilla	Flechas hacia arriba y hacia abajo. Texto: Así vamos en la U.	7"	24'22	Paso a la sección "Así vamos en la U"		
32	Nota 10	Voz off (femenina)	26"	24'48	Invitación a "II Encuentro Intersectorial"	Conferencia	Actividades académicas internas
33	Cortinilla	Flechas hacia arriba y hacia abajo. Texto: Así vamos en la U.	8"	24'56	Paso a la sección "Así vamos en la U"		
34	Nota 11	Voz off (femenina)	29"	25'25	Inscripciones abiertas a diplomados	Educación	Actividades administrativas
35	Cortinilla	Flechas hacia arriba y hacia abajo. Texto: Así vamos en la U.	7"	25'32	Paso a la sección "Así vamos en la U"		
36	Nota 12	Voz off (femenina)	23"	25'55	Se realizó "Conferencia de insuficiencia vascular de miembros superiores".	Conferencia	Actividades académicas internas
37	Cortinilla	Flechas hacia arriba y hacia abajo. Texto: Así vamos en la U.	7"	26'02	Paso a la sección "Así vamos en la U"		
38	Nota 13	Voz off (femenina)	32"	26'34	Inscripciones abiertas a postgrados.	Educación	Actividades administrativas
39	Presentación final	Exterior noche Plano medio	11"	26'45	Despedida del programa		
40	Créditos	Fondo verde. Recuadro de imágenes de la UCC. Texto: Créditos.	1'13	27'58	Fin del programa.		

Anexo 3. Datos Consolidados Categorías de Análisis

CATEGORÍAS DE ANÁLISIS	Punto Encuentro 2008			Proyecto U 2008			Reflejos 2008			TOTAL NOTAS 2008	Punto Encuentro 2010			Proyecto U 2010			Reflejos 2010			TOTAL NOTAS 2010
	PROGRAMAS										PROGRAMAS									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18	
A. Actividades administrativas	3	0	0	0	1	0	4	3	2	13	3	0	2	2	0	1	0	0	2	10
B. Proyectos institucionales	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
C. Religión	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D. Actividades académicas internas	1	3	0	1	1	0	0	0	4	10	1	5	6	2	0	2	1	1	0	18
E. Actividades académicas externas	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
F. Deporte fuera de la Universidad	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	1	2	0	0	0	0	3
G. Deporte dentro de la Universidad	0	0	1	0	0	2	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	2
H. Recreación dentro de la Universidad	0	0	4	1	0	1	0	0	0	6	0	1	0	0	1	0	0	0	0	2
I. Opinión	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2
J. Personajes universitarios	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
K. Personajes de la ciudad	0	0	0	2	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
L. Música fuera de la Universidad	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
M. Música dentro de la Universidad.	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
N. Moda dentro de la Universidad.	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
O. Educación en la ciudad.	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2	0	0	1	0	0	0	1	1	1	4
P. Información de la ciudad.	0	0	0	0	0	0	10	7	6	23	0	0	0	0	1	0	3	3	3	10
TOTAL NOTAS POR PROGRAMA	6	5	6	7	7	6	14	11	13	75	6	6	9	6	4	4	6	6	6	53

Anexo 4. Ficha de Análisis

1.	DATOS IDENTIFICATIVOS	Nombre	Punto de Encuentro		
		Código de registro	1		
		Canal	TRO	x	
			TVC		
			UNE		
			ZOOM		
		Tipo canal	Público Nacional		
			Privada Nacional		
			Público regional	X	
			Comunitario		
			Por suscripción		
		Fecha emisión	Marzo 2 de 2008		
		Día de la semana	Lunes		
			Martes		
			Miércoles		
			Jueves		
			Viernes		
			Sábado	X	
			Domingo		
		Horario de emisión	Day-time	x	5:30 p.m.
Prime-time					
Late-night					
Duración	Hasta 30 minutos	x			
	De 30 a 60 minutos				
	Más de 60 minutos				
Tipo	Cabezote entrada	x			
	Cabezote salida	x			
	Notas	x			
	Cortinilla	x			
2.	RELEVANCIA DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS	Tamaño (segundos)	322"		
		Clasificación según duración (segundos)	Breve (-35")		
			Media (36"- 75")		
			Larga (76"- 130")		
			Extra larga (+131")	x	
		Emplazamiento en sumarios	No hay		
		Posición en la escaleta	Es la nota 3 entre 5		
		Bloque	0-900"	x	
			901"-1800"		
			1801"- 2700"		
>2701"					
Tiempo de imagen (segundos)	Presentador	13"			
	Periodista	0			
	Imágenes	191"			

3.	ESTRUCTURA DE LA UNIDAD		Testimonios	120"				
			Cortinillas	5"				
			Infografía	4"				
			Otros	0				
		Tiempo de sonido (segundos)	Presentador	13"				
			Periodista	0				
			Testimonios	113"				
			Voz off	139"				
			Música	180"				
			Sonido ambiente narrativo	25"				
			Otros	0				
			4.	TEMÁTICA DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	Breve descripción del acontecimiento principal	Se presenta el nuevo proyecto televisivo "Cristovisión", mediante voz populi y expertos en el tema.		
		Clasificación temática			Proyectos institucionales			
		Descriptor temáticos (palabras claves)			Canal Universitario			
Ámbito territorial	Local				x			
	Regional							
	Nacional							
	Internacional							
	Sin clasificar							
Bloque temático	Sí				x			
	No							
Rol del bloque	Principal				x			
	Secundario							
	contexto/ antecedentes							
	Misma clasificación temática							
Valores noticiosos								
Relación con el pasado	Inexistente							
	Mismo día							
	Día anterior							
	Día posterior/es							
	Última semana							
	Último mes							
	Último año							
	Anterior al último año/s							
	Sin precisar		x					
Índice de previsibilidad	No previsto							
	Previsto		x					
	Previsto pero con novedades imprevistas							
	Nivel de previsibilidad	Continuación o desarrollo de un hecho conocido			x			
		Hecho de agenda pública						
Otros								

5.	TRATAMIENTO DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	Recursos empleados	Formato	Intro		
				Intro+ off conductor		
				Off conductor	x	
				Intro+ video	x	
				Intro+ directo		
				Video		
				Intro+ directo		
				Intro+ testimonios		
				Entrevista	x	
				Otros		
			Género periodístico	Noticia	x	
				Reportaje		
				Crónica		
		Entrevista				
		Tipo de información	Pregrabado	x		
			Directo			
			Ambas			
		Presencia del periodista	Si	Tipo de periodista	Redactor/a	x
					Reportero	
					Corresponsal	
				Tipo de presencia	Directo	
			Stand up			
		Periodista	Mujer			
			Hombre			
		Duración (segundos)				
		No	x			
Uso de infografía	Si	Tipología	Gráfico			
			Rótulo	x		
			Mapa			
	Rol	Info principal				
		Información complementaria	x			
No						
Origen de las imágenes	Propias	x				
	Archivo	x				
	Otros medios					
	Otros organismos					
	Video aficionados					
Cobertura periodística	Carácter del acontecimiento principal	Positivo	x			
		Negativo				
		Neutro				
	Personalización de la atribución causal	Individuos				
		Instituciones	x			
	Complejidad del esquema causal	Causa única				
		Múltiples causas	x			
	Enfoque noticioso	Interés institucional	x			
Interés humano						

				Ambas		
				Consecuencias económicas		
6.	TRATAMIENTO DE LOS PERSONAJES	N° Personajes con presencia	19			
		Tipo de personajes	Individual	x		
			Colectivo			
		Nombre de los personajes	María Paula Orejarena			
			Dr. Darío Montenegro Trujillo			
			Padre Ramón Zambrano			
			Guillermo Olarte Páez			
			Luis Fernando Bernal Polo			
			Otros			
		Clasificación	Gobierno/ Instituciones	x		
			Partidos políticos			
			Sindicatos			
			Empresa	x		
			Expertos	x		
			Testimonios	x		
			Organizaciones sociales y ciudadanas			
			Asociaciones profesionales			
			Otros			
		Rol del personaje	Protagonista	x		
			Secundario	x		
Naturaleza	Política					
	Científica-técnica-profesional	x				
	Cultural					
	Social					
	Otra					
Tipo de aparición	En relato					
	En imágenes					
	Ambas	x				
Atributos del personaje	Sexo	Mujer	x			
		Hombre	x			
	Edad	Niño/a				
		Adolescente	x			
		Adulto/a	x			
		Anciano/a				
		Nacionalidad	Colombiano	x		
			Extranjero			
	Rasgos psicológicos	Introverso				
		Extroverso				
	Características sociales	Estudiantes				
		Docente				
		Directivo	x			
		Otro	x			
	Visión del personaje	Positiva	x			
		Negativa				

				Neutral		
7.	TRATAMIENTO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN	N° de fuentes nombradas	9			
		Nombre de la fuente	Benedicto XVI			
			Estudio General de Medios			
			Canal Cristovisión			
			DANE			
		Identificación/ cargo (si aparece)	Asesor de tv Canal Cristovisión			
			Director ejecutivo			
			Productor de contenidos			
		Tipo	Productor general			
			Gobierno/ Instituciones	x		
			Corresponsales y reporteros	x		
			Testimonios	x		
			Org. Sociales y ciudadanas			
			Partidos políticos			
			Expertos	x		
			Empresa			
			Sindicatos			
			Documentación/ agenda			
Tipo de aparición	Iglesia	x				
	Otras	x				
Duración (segundos)	Directa- voz e imagen	x		113"		
	Indirecta-voz e imagen	x				
Rol del personaje	Protagonista	x				
	Secundario	x				
Naturaleza	Política					
	Científica-técnica-profesional					
	Cultural	x				
	Social	x				
	Otra	x		Religión		
Dependencia que representa	Canal Cristovisión					
	Iglesia					
Ámbito de competencia	Local	x				
	Nacional					
	Regional					
	Internacional					
Visión del acontecimiento	Positiva	x				
	Negativa					
	Neutral					
Presencia	No consta	x				
	Si consta					
Tipo atribución	Del conductor					
	Firma la noticia					
	No hay	x				
Firma	Redactores					
	Redactor y cámara					
	Redacción					

		No hay	x
Sexo periodista	Mujer		x
	Hombre		
Sexo productor	Mujer		
	Hombre		x
Sexo operador de cámara	Mujer		
	Hombre		x
Sexo editor	Mujer		
	Hombre		x

1.	DATOS IDENTIFICATIVOS	Nombre	Proyecto U		
		Código de registro	4		
		Canal	TRO		
			TVC		
			UNE		X
			ZOOM		
		Titularidad	Público Nacional		
			Privado Nacional		
			Público regional		
			Comunitario		
			Por suscripción		X
			Local		
		Fecha	Marzo 10 de 2008		
		Día de la semana	Lunes		X
			Martes		
			Miércoles		
			Jueves		
			Viernes		
			Sábado		
			Domingo		
Horario de emisión	Day-time		X		
	Prime-time				
	Late-night				
Duración	Hasta 30 minutos		X		
	De 30 a 60 minutos				
	Más de 60 minutos				
Tipo	Cabezote entrada		X		
	Cabezote salida				
	Notas		X		
	Cortinilla		X		
2.	RELEVANCIA DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS	Tamaño (segundos)	232"		
		Clasificación según duración (segundos)	Breve (-35")		
			Media (36"- 75")		
			Larga (76"- 130")		
			Extra larga (+131")		X
		Emplazamiento en sumarios	No hay		
		Posición en la escaleta	Ocupa la nota 4 entre 7.		
		Bloque	0-900"		x
901"-1800"					

6:00 p.m.

3.	ESTRUCTURA DE LA UNIDAD		1801"- 2700"	
			>2701"	
		Tiempo de imagen (segundos)	Presentador	6"
			Periodista	0
			Imágenes	88"
			Testimonios	124"
			Cortinillas	12"
			Infografía	0
		Tiempo de sonido (segundos)	Otros	0
			Presentador	6"
			Periodista	0
			Testimonios	124"
			Voz off	33"
			Música	165"
	Sonido ambiente narrativo	15"		
	Otros	0		
4.	TEMÁTICA DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	Breve descripción del acontecimiento principal	Presentación de grupo musical de rap, "La Reserva".	
		Clasificación temática	Personajes de la ciudad	
		Descriptorios temáticos (palabras claves)	Música	
		Ámbito territorial	Local	x
			Regional	
			Nacional	
			Internacional	
			Sin clasificar	
		Bloque temático	Sí	x
			No	
		Rol del bloque	Principal	x
			Secundario	
			contexto/ antecedentes	
			Misma clasificación temática	
Valores noticiosos				
Relación con el pasado	Inexistente			
	Mismo día			
	Día anterior			
	Día posterior/es			
	Última semana			
	Último mes			
	Último año			
	Anterior al último año/s			
Sin precisar	x			
Índice de previsibilidad	No previsto			
	Previsto	x		
	Previsto pero con			

			novedades imprevistas				
			Nivel de previsibilidad	Continuación o desarrollo de un hecho conocido	x		
5.	TRATAMIENTO DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	Recursos empleados		Hecho de agenda pública			
				Otros			
				Formato	Intro		
			Intro+ off conductor				
			Off conductor		x		
			Intro+ video		x		
			Intro+ directo				
			Video				
			Intro+ directo				
			Intro+ testimonios		X		
			Entrevista				
			Otros				
			Género periodístico	Noticia	X		
				Reportaje			
				Crónica			
				Entrevista			
			Tipo de información	Pregrabado	X		
				Directo			
				Ambas			
			Presencia del periodista	Si	Tipo de periodista	Redactor/a	x
						Reportero	
						Corresponsal	
Tipo de presencia	Directo						
	Stand up						
Periodista	Mujer						
	Hombre	x					
Duración (segundos)							
	No	X					
Uso de infografía	Si	Tipología	Gráfico				
			Rótulo				
			Mapa				
		Rol	Info principal				
Información complementaria							
	No	x					
Origen de las imágenes	Propias	x					
	Archivo						
	Otros medios						
	Otros organismos						
	Video aficionados						
Cobertura periodística	Carácter del acontecimiento principal	Positivo					
		Negativo					
		Neutro	x				
Personalización de la	Individuos	x					

			atribución causal	Instituciones	
			Complejidad del esquema causal	Causa única	x
				Múltiples causas	
				Enfoque noticioso	Interés institucional
				Interés humano	x
				Ambas	
				Consecuencias económicas	
6.	TRATAMIENTO DE LOS PERSONAJES	N° Personajes con presencia	4		
		Tipo de personajes	Individual		
			Colectivo	X	
		Nombre	Andrea Serrano		
		Clasificación	Gobierno/ Instituciones	X	
			Partidos políticos		
			Sindicatos		
			Empresa		
			Expertos		
			Testimonios	X	
			Organizaciones sociales y ciudadanas		
			Asociaciones profesionales		
			Otros		
		Rol del personaje	Protagonista	X	
			Secundario		
		Naturaleza	Política		
			Científica-técnica-profesional		
			Cultural	X	
			Social		
			Otra		
Tipo de aparición	En relato				
	En imágenes				
	Ambas	X			
Atributos del personaje	Sexo	Mujer			
		Hombre	x		
	Edad	Niño/a			
		Adolescente	x		
		Adulto/a			
		Anciano/a			
		Nacionalidad	Colombiano	x	
		Extranjero			
	Rasgos psicológicos	Introverso			
		Extroverso	x		
	Características sociales	Estudiantes			
		Docente			
Directivo					
Otro		x			
Visión del personaje	Positiva	x			
	Negativa				
	Neutral				

7.	TRATAMIENTO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN	N° de fuentes nombradas	1				
		Nombre de la fuente	Grupo musical "La reserva"				
		Identificación/ cargo (si aparece)	No hay				
		Tipo	Gobierno/ Instituciones				
			Corresponsales y reporteros				
			Testimonios		X		
			Org. Sociales y ciudadanas				
			Partidos políticos				
			Expertos				
			Empresa				
			Sindicatos				
			Documentación/ agenda				
			Iglesia				
			Otras				
		Tipo de aparición	Directa- voz e imagen		X	Duración (segundos)	124"
			Indirecta-voz e imagen				
		Rol del personaje	Protagonista		X		
			Secundario				
		Naturaleza	Política				
			Científica-técnica-profesional				
Cultural			x				
Social							
Otra							
Dependencia que representa	Grupo musical "La reserva"						
Ámbito de competencia	Local		x				
	Nacional						
	Regional						
	Internacional						
Visión del acontecimiento	Positiva						
	Negativa						
	Neutral		x				
Presencia	No consta		x				
	Si consta						
Tipo atribución	Del conductor						
	Firma la noticia						
	No hay		x				
Firma	Redactores						
	Redactor y cámara						
	Redacción						
	No hay		x				
Sexo periodista	Mujer						
	Hombre						
Sexo Productor	Mujer		x				
	Hombre		x				

		Sexo operador de cámara	Mujer	
			Hombre	
		Sexo editor	Mujer	
			Hombre	

1.	DATOS IDENTIFICATIVOS	Nombre	Reflejos	
		Código de registro	7	
		Canal	TRO	x
			TVC	
			UNE	x
			ZOOM	
		Titularidad	Público Nacional	
			Privado Nacional	
			Público regional	x
			Comunitario	
			Por suscripción	x
		Local		
		Fecha	Abril 13 de 2008	
		Día de la semana	Lunes	
			Martes	
			Miércoles	
			Jueves	
			Viernes	
			Sábado	
Domingo	x			
Horario de emisión	Day-time	x	5:00 p.m.	
	Prime-time			
	Late-night			
Duración	Hasta 30 minutos	x		
	De 30 a 60 minutos			
	Más de 60 minutos			
Tipo	Cabezote entrada	x		
	Cabezote salida			
	Notas	x		
	Cortinilla	x		
2.	RELEVANCIA DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS	Tamaño (segundos)	507"	
		Clasificación según duración (segundos)	Breve (-35")	
			Media (36"- 75")	
			Larga (76"- 130")	
			Extra larga (+131")	x
		Emplazamiento en sumarios	No hay	
		Posición en la escaleta	De la nota 1 a la 6	
		Bloque	0-900"	x
			901"-1800"	
			1801"- 2700"	
>2701"				
3.	ESTRUCTURA DE LA UNIDAD	Tiempo de imagen (segundos)	Presentador	113"
			Periodista	0

4.	TEMÁTICA DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL		Imágenes	343"	
			Testimonios	95"	
			Cortinillas	0	
			Infografía	0	
			Otros	0	
		Tiempo de sonido (segundos)	Presentador	113"	
			Periodista	0	
			Testimonios	188"	
			Voz off	182"	
			Música	0	
			Sonido ambiente narrativo	63"	
			Otros	0	
		Breve descripción del acontecimiento principal	Obesidad		
		Clasificación temática	Salud		
Descriptor temáticos (palabras claves)	Información de la ciudad				
Ámbito territorial	Local	X			
	Regional				
	Nacional				
	Internacional				
	Sin clasificar				
Bloque temático	Si	X			
	No				
Rol del bloque	Principal	X			
	Secundario				
	contexto/ antecedentes				
	Misma clasificación temática				
Valores noticiosos					
Relación con el pasado	Inexistente				
	Mismo día				
	Día anterior				
	Día posterior/es				
	Última semana				
	Último mes				
	Último año				
	Anterior al último año/s				
	Sin precisar	X			
Índice de previsibilidad	No previsto				
	Previsto	X			
	Previsto pero con novedades imprevistas				

			Nivel de previsibilidad	Continuación o desarrollo de un hecho conocido	x		
				Hecho de agenda pública			
				Otros			
5.	TRATAMIENTO DEL ACONTECIMIENTO PRINCIPAL	Recursos empleados	Formato	Intro	x		
				Intro+ off conductor			
				Off conductor	x		
				Intro+ video			
				Intro+ directo			
				Video	x		
				Intro+ directo			
				Intro+ testimonios	x		
				Entrevista			
				Otros			
			Género periodístico	Noticia	x		
				Reportaje			
				Crónica			
		Entrevista					
		Tipo de información	Pregrabado	x			
			Directo				
			Ambas				
		Presencia del periodista	Si	Tipo de periodista	Redactor/a	x	
					Reportero		
					Corresponsal		
Tipo de presencia	Directo						
	Stand up						
Periodista	Mujer						
	Hombre						
Duración (segundos)							
No	x						
Uso de infografía	Si	Tipología	Gráfico				
			Rótulo				
			Mapa				
	Rol	Info principal					
Información complementaria							
No	x						
Origen de las imágenes	Propias	x					
	Archivo						
	Otros medios						
	Otros organismos						
	Video aficionados						
Cobertura periodística	Carácter del acontecimiento principal	Positivo					
		Negativo	x				
		Neutro					
Personalización de la	Individuos	X					

			atribución causal	Instituciones	
			Complejidad del esquema causal	Causa única	X
			Enfoque noticioso	Interés institucional	
				Interés humano	X
				Ambas	
				Consecuencias económicas	
6.	TRATAMIENTO DE LOS PERSONAJES	N° Personajes con presencia	3		
		Tipo de personajes	Individual	x	
		Nombre	Colectivo		
			Ángela Moreno		
			Patricio López Jaramillo		
		Clasificación	Hernán Yupanquí		
			Gobierno/Instituciones	x	
			Partidos políticos		
			Sindicatos		
			Empresa		
			Expertos	x	
			Testimonios		
			Organizaciones sociales y ciudadanas		
			Asociaciones profesionales		
		Rol del personaje	Otros		
			Protagonista	x	
		Naturaleza	Secundario		
			Política		
			Científica-técnica-profesional	x	
			Cultural		
Tipo de aparición	Social				
	Otra				
	En relato				
Atributos del personaje	En imágenes				
	Ambas	x			
Sexo	Mujer				
	Hombre		X		
Edad	Niño/a				
	Adolescente				
	Adulto/a		X		
	Anciano/a				
Rasgos psicológicos	Nacionalidad	Colombiano	x		
		Extranjero	x		
Características sociales	Introvertido				
	Extrovertido		X		
Características sociales	Estudiantes				
	Docente				

				Directivo	X	
				Otro		
			Visión del personaje	Positiva	X	
				Negativa		
				Neutral		
7.	TRATAMIENTO DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN	N° de fuentes nombradas	3			
		Nombre de la fuente	Ángela Paola Moreno			
			Patricio López Jaramillo			
			Hernán Yupanquí			
		Identificación/ cargo (si aparece)	Presentadora			
			Director Investigaciones FCV			
			Director FUNCOBES			
		Tipo	Gobierno/ Instituciones	x		
			Corresponsales y reporteros			
			Testimonios	x		
			Org. Sociales y ciudadanas			
			Partidos políticos			
			Expertos	x		
			Empresa			
			Sindicatos			
			Documentación/ agenda			
			Iglesia			
Otras						
Tipo de aparición	Directa- voz e imagen	x	Duración (segundos)	188"		
	Indirecta-voz e imagen	x				
Rol del personaje	Protagonista	x				
	Secundario					
Naturaleza	Política					
	Científica-técnica-profesional	x				
	Cultural					
	Social					
	Otra					
Dependencia que representa	Fundación Cardiovascular FUNCOBES					
Ámbito de competencia	Local	x				
	Nacional					
	Regional					
	Internacional					
Visión del acontecimiento	Positiva					
	Negativa	x				
	Neutral					
8.	AUTORÍA DE LA INFORMACIÓN	Presencia	No consta	x		
			Si consta			
		Tipo atribución	Del conductor			
			Firma la noticia			
			No hay	x		

		Firma	Redactores	
			Redactor y cámara	
			Redacción	
			No hay	x
		Sexo periodista	Mujer	x
			Hombre	
		Sexo Productor	Mujer	x
			Hombre	
		Sexo operador de cámara	Mujer	
			Hombre	x
		Sexo editor	Mujer	
			Hombre	x

Anexo 5. Entrevistas Estructuradas

José Barón

Director programa Punto de Encuentro
Universidad Santo Tomás.

PREGUNTAS	TRANSCRIPCIÓN
1. ¿Cómo se creó el centro de televisión en una Universidad como la Santo Tomás que no tiene carreras afines a los medios de comunicación?	R/ Hace 6 años la idea que tenía el rector de ese momento era darle un espacio a los estudiantes para que pudieran mostrar las actividades que habían internamente. En su momento, el programa nació como un programa para el circuito cerrado de televisión y eran como 10 o 15 minutos donde se hacía un resumen de las actividades que habían pasado. El programa se emitía periódicamente 2 o 3 veces al mes y con el tiempo comenzó a tener más fuerza, la Universidad vio que eso era muy bueno para la imagen de esta y para ese proceso que hacen los estudiantes a los que les llama la atención los medios de comunicación.
2. ¿Entonces, es bastante la acogida que tienen los estudiantes de otras carreras con la creación de este centro de televisión?	R/ Si claro, porque hay estudiantes que son muy inquietos y no únicamente van a estudiar “x” o “y” carrera, sino también buscan otras opciones en qué participar. Hay gente que le gusta los deportes, otros que les gusta estar en los programas de pastoral universitario y hay otros que también quieren probar la televisión, siempre les llama la atención las cámaras, entonces ese espacio también tienen los estudiantes para participar en él y ser como protagonistas de ese programa, porque hay secciones que agrupan estudiantes, gente talentosa, y todo ese tipo de personas que se mueven en la comunidad tienen cavidad en este programa.
3. ¿Cuánto tiempo lleva Punto de Encuentro al aire?	R/ Lleva aproximadamente 6 años al aire sin interrupciones. Hubo una interrupción porque nos fuimos a un canal local, “Televisión Ciudadana”, pero volvimos otra vez a TRO y desde ese momento siempre hemos estado ahí.
4. ¿Cómo nació la idea de Punto de Encuentro y su nombre?	R/ La idea del nombre no se la podría dar porque fue un año antes de llegar yo y la verdad no sé cómo escogieron el nombre.
5. ¿Cómo director del	R/ Nosotros con el correo interno, constantemente las

<p>programa, de qué tareas se encarga para su realización?</p>	<p>facultades nos están enviando información de las actividades de carácter académico y de carácter cultural. Bienestar es uno de los centros que más actividades lleva, actividades que no son tan académicas pero muchas veces sacan proyección social. Ellos hacen muchas actividades fuera de la Universidad y constantemente nos están mandando bastantes actividades.</p> <p>La parte administrativa e institucional también tiene actividades y cada uno de los centros. Por ejemplo, la gente de la oficina de posgrados cuando necesitan que se haga énfasis en un nuevo programa o va a comenzar un diplomado, entonces siempre estamos ahí apoyando esa promoción de esas causas porque no sólo trabajamos la parte institucional sino también mostramos qué hace la Universidad para la comunidad en general, así como también las actividades de los funcionarios de la Universidad que también juegan un papel importante.</p>
<p>6. ¿Con qué tipo de personal cuenta para la realización del programa?</p>	<p>R/ El programa tiene un director que soy yo, yo hago las veces de director, productor y editor. Somos un equipo de 4 personas que es el director del centro de televisión, el otro productor, con el que trabajamos por proyectos, entonces el está encargado del proyecto de “Por los Caminos del Gran Santander” y yo estoy encargado de la parte institucional de la Universidad. A parte de esas responsabilidades de cada uno, tenemos también otros proyectos que se generan dentro de la Universidad como los videos institucionales, promocionales, cuando hay visita de pares hay que hacer un videíto, esas son otras cosas adicionales que se hacen dentro del centro. Y Jaime, que es el asistente de producción, es el que nos acompaña en la parte de la imagen y nosotros lo apoyamos en la parte de reportería. Nosotros grabamos de acuerdo a las actividades que hay, llevamos un programa semanal de qué actividades hay, qué se puede cubrir y qué es importante para destacar dentro del programa.</p> <p>Nosotros teníamos un programa que era aparte dedicada a los colegios, pero como en vacaciones estos se van, quedaba un espacio ahí, entonces lo fusionamos y ahora es una sección dentro del programa que se llama “En Carpeta”, antes se llamaba “Carpeta de Apuntes”. Entonces los colegios llaman o mandan una cata y nosotros vamos programando si podemos asistir, tratamos de ir a todas los colegio porque la gente nos</p>

	conoce ya y siempre nos invitan a todas las actividades.
7. ¿Qué papel desempeñan los estudiantes dentro del programa?	R/ Hay unos estudiantes que les gusta la presentación del programa o de algunas notas cuando salimos a cubrir por lo menos deportes. Hay otros que les gusta meterse en el rol de la repotería, entonces hacen una pequeña nota y uno más o menos les va guiando por dónde ir.
8. ¿Cuáles son las secciones y cómo están enfocadas?	<p>R/ Hay una sección que trabajamos que es “Perfiles Tomasinos”, es básicamente donde destacamos a nuestros egresados, nuestros docentes y funcionarios de la Universidad. Los funcionarios pueden ser personas que llevan más de 20 o 25 años dentro de la Institución, les hacemos un perfil y una semblanza corta para que lo conozcan, hay otros que les gusta la música, y hacen diferentes roles aparte de venir a trabajar.</p> <p>Otra es la sección que llamamos “Talentos Tomasinos”, entonces ahí ya están los estudiantes que se destacan por academia, por deportistas, entonces ahí se incluyen ellos y nos cuentan, por lo menos la Universidad tiene muchos deportistas que han participado a nivel nacional e internacional, entonces ellos están con nosotros en las secciones. Hay también los destacados en las pruebas ECAES.</p> <p>Hay otra sección que la estamos trabajando que se llama “Siempre es lo mismo”, es una reflexión que hace el padre, director de Pastoral Universitario, sobre el evangelio del domingo de esa semana, la pensamos y nos pareció muy chévere, muy pocos tienen esa parte de reflexión.</p> <p>Hay otra sección que trabajamos también con el departamento de humanidades que son como capsulas humanísticas, ellos nos hablan de un tema particular y nosotros lo trabajamos.</p> <p>Todas estas secciones no van dentro del mismo programa, unas veces va una, otras veces va otra, para que no se vuelva un salpicado de muchas cosas, y el resto de la información si son actividades de tipo institucional que es de la universidad: algunos grados, algún encuentro con algunos egresados, por ese tipo la información.</p>
9. ¿Cuál es el cronograma que ustedes realizan	R/ Generalmente llegamos los lunes a revisar el Outlook, el correo interno que es el que nos da pie para mirar qué tenemos para la próxima semana, entonces vamos organizando en el

<p>semanalmente para lograr la grabación del programa?</p>	<p>programador. Hay algunas cosas que se pueden cruzar con otras, entonces nos dividimos, cogemos equipos, alguien se va para un lado, yo me voy para otro lado y no pasa nada, lo importante es tratar de cubrir todas las actividades a las que nos invitan. Hay actividades que no ameritan hacer una nota porque cuando usted ve un programa de puros auditorios es como cansón. Entonces toda la información la sacamos de ahí, programamos, nos ponemos de acuerdo con el coordinador más o menos qué temáticas vamos a tratar. Básicamente es eso.</p>
<p>10. ¿Cómo es el trabajo con los estudiantes que son empíricos en el manejo de equipos y la presentación?</p>	<p>R/ Nosotros dimos un taller básico de reportería para que la gente pudiera tener esa visión antes de ir a escoger un tema o hablar de una situación, no siempre una nota grande, porque de una noticia deportiva hay unos conceptos claros que se deben manejar, entonces eso también se le enseñó a las personas que estaban interesadas en televisión, entonces ellos más o menos saben cómo se debe preguntar, o con base en lo que quiero hago las preguntas.</p>
<p>11. ¿Cree que el personal que tienen ahora para desarrollar Punto de Encuentro es suficiente?</p>	<p>R/ Siempre comenzando semestre las cosas como que se engranan un poquito porque las personas no han comenzado a llegar, entonces nosotros estamos para comenzar e ir trabajando en el programa mientras los muchachos se van integrando, porque entonces no habría programa si no estuvieran los estudiantes, pero sí hace falta para la coordinación personal porque a veces se queda uno corto, hay cosas que uno debe hacer que no son del programa, entonces falta un apoyo, uno trata de hacerlo todo pero a veces estamos todos ocupados.</p>
<p>12. ¿Qué opiniones recibe del programa?</p>	<p>R/ Uno recibe muchas opiniones internamente, nosotros tenemos un correo habilitado para el público, y las observaciones siempre han sido buenas, siempre hemos apuntado a lo que la gente espera del programa, sobre todo a la gente a la que está enfocado el programa que son los estudiantes, porque los estudiantes ven que uno está en una actividad y ellos nos se pierden el programa que viene porque saben que es chévere.</p>
<p>13. ¿Existe en este momento alguna idea que tengan para</p>	<p>R/ El programa nosotros cada año lo renovamos, cambiamos cabezote, cambiamos cortinas, agilizadores, y cambiamos también presentadora para darle una imagen fresca al</p>

explotar y renovar el programa?	programa. Entonces cada año le damos ese cambio al programa para que no se vea el programa muy lo mismo.
14. ¿Qué cree que tiene Punto de Encuentro en comparación con otros programas universitarios?	R/ Yo creo que el formato, porque igual que la UIS como cualquier Universidad, las actividades culturales y deportivas son muchísimas, porque no sólo los estudiantes van a la Universidad a estudiar sino a compartir actividades distintas, y pienso que lo que no tiene Tendencias es lo que tenemos nosotros, que nosotros destacamos esas actividades deportivas que hace llamativo el programa, que lo pueden ver las chicas que no son de la misma Universidad pero es interesante ver algo de deporte o algo cultural. Yo pienso que ellos se cierran y hacen el programa muy acartonado, muy científico, que de pronto hace que sea muy duro a veces para el televidente del común. Puede que lo tengan enfocado solamente para ellos o para gente investigativa, pero también hay que romper un poquito, el programa debe tener a veces altibajos para que lo haga ver llamativo y eso es lo que hacemos nosotros. Aquí también se generan espacios científicos pero la otra parte también nos interesa mucho, la parte académica, la parte lúdica.
15. ¿Qué cree que le hace falta a Punto de Encuentro en este momento?	R/ Me gustaría como un apoyo de alguien, un apoyo de otra persona porque a veces uno con la carga que tiene no tiene tiempo para crear alguna otra cosa a ciertas notas, porque cuando uno tiene tanto trabajo uno hace todo pero no de pronto con la profundidad o locuras, cosas distintas, entonces si hace otra persona para que pueda uno planear más y delegar mientras uno se va encargando de otras cosas importantes, porque por ejemplo, yo escribo todas las notas del programa, entonces es un poquito complicado. A veces uno no lo quiere pero siente que el programa es un poquito lineal, entonces serviría una ayuda en la parte de guiones y construcciones de parte audiovisual.
16. ¿Cómo es el apoyo que tienen de la Universidad?	R/ El apoyo es 100%. Para los desplazamientos a las actividades nosotros nos movilizamos en transporte de la Universidad o tiques de taxi que la misma Universidad nos da, entonces podemos ir a todas las actividades así sea un sábado, o cuando la facultad de agropecuaria hace algunos prácticas fuera de la Universidad entonces nos apoyan y vamos con ellos y hacer una nota de esas visitas que ellos hacen.

<p>17. ¿Qué proyecto futuro tienen con el programa?</p>	<p>R/ Con el programa ahorita no tenemos proyectos, tenemos otros proyectos alternos pero que no tienen que ver con el programa.</p>
<p>18. ¿Si en este momento yo le digo “Punto de encuentro”, qué es lo primero que se le viene a la mente?</p>	<p>R/ Actividades de la Universidad.</p>

Claudia Corredor

Directora de programa Reflejos
Universidad Cooperativa de Colombia

<p>PREGUNTAS</p>	<p>TRANSCRIPCIÓN</p>
<p>1. ¿Cómo se creó el grupo de televisión en una Universidad que no tiene carreras afines a los medios de comunicación?</p>	<p>R/ Primero, los nuevos requerimientos en cuanto a la educación exigen la formación en competencias, y una de las competencias que se exigen son las competencias comunicativas, de ahí que todas las profesiones requieran tener cierta habilidad y destreza en el manejo de nuevas tecnologías y en el manejo de medios de comunicación. Por eso la Universidad Cooperativa de Colombia siempre pensó en tener un centro de producción de televisión y una emisora, un circuito interno, para manejar todo lo que tenga que ver con este acompañamiento académico en el área de medios y para todo lo que tiene que ver con la producción institucional en medios de promoción de la universidad.</p>
<p>2. ¿Cómo es la acogida que tienen los estudiantes de otras carreras con la creación del grupo de televisión?</p>	<p>R/ La acogida es total, porque a los estudiantes les gusta verse y a la gente le gusta verse, es su programa, es la posibilidad de promocionar sus actividades, es la posibilidad de recibir abiertos los reconocimientos, destacar lo que ellos hacen, y también como uno de los objetivos fundamentales que tiene el programa que es tratar temas de interés para la comunidad, para que también vea todo lo que tiene que ver, no solamente con el estudiante, el funcionario y el público interno de la universidad, sino los públicos externos encuentren algo interesante que ver.</p>

<p>3. ¿Cuánto tiempo lleva “Reflejos” al aire?</p>	<p>R/ Yo creo que va para unos 8 o 9 años</p>
<p>4. ¿Cómo nació la idea de “Reflejos” y su nombre?</p>	<p>R/ La idea de crear “Reflejos” es tener un espacio institucional en un medio masivo de comunicación, en este caso regional, donde la universidad pueda presentar todos los avances en el área de docencia, investigación e intención a la comunidad que la universidad realiza, y una forma también de llegarle a las personas. Y por qué reflejos, porque reflejos es eso, lo que su palabra dice, el reflejo de lo que está pasando en educación, en salud, en economía, en todas las áreas.</p>
<p>5. ¿Cómo director del programa, de qué tareas se encarga para su realización?</p>	<p>R/ Todo lo que significa dirigir un programa, es coordinar semanalmente con un grupo de trabajo, definir qué temas se van a tratar. Una vez seleccionados los temas tengo que investigar, organizar la parte de producción, coordinar entrevistas, hacer libretos. Luego viene toda la etapa de pre-producción, después viene una etapa de pos- producción, que ya luego es todo lo que tiene que ver con la edición.</p>
<p>6. ¿Con qué tipo de personal cuenta para la realización del programa?</p>	<p>R/ Tenemos un periodista editor, tenemos dos camarógrafos, básicamente.</p>
<p>7. ¿Qué papel desempeñan los estudiantes dentro del programa?</p>	<p>R/ Dentro del programa los estudiantes son los protagonistas, en la medida en que la presentadora es estudiante de la universidad, en las actividades de la universidad siempre es prioridad todo lo que tiene que los estudiantes realicen promocionárselo al interior de los medios.</p>
<p>8. ¿Cuáles son las secciones y cómo están enfocadas?</p>	<p>R/ Tiene un tema central que desarrolla un tema de interés, ya sea un hecho de actualidad o de orden académico que consideremos que es pertinente. Para nosotros es muy importante el tema de actualidad irlo manejando y desarrollando, viéndolo de otra manera por ser academia.</p> <p>Nosotros tenemos una impronta muy importante y es que la Universidad Cooperativa de Colombia es la única Universidad que representa el sector de la economía solidaria y para nosotros el trabajo con la comunidad es fundamental, y la forma de llegarle a la comunidad es tratando temas que son pertinentes para la comunidad, así no sea parte de la Universidad. Por eso podemos trabajar temas de salud pública donde dice que Bucaramanga tiene problemas de obesidad, entonces hacemos un programa sobre la obesidad y las consecuencias que esto trae porque es un problema de salud pública, pero lo abordamos desde el punto de vista académico</p>

	<p>y científico; que existe un problema de vendedores ambulantes en la ciudad por el espacio público, entonces abordamos el problema de los vendedores ambulantes, les damos el espacio e igualmente analizamos desde la academia con los estudios que se han hecho al respecto en torno a la solución del problema o cómo ve la academia todo lo que está pasando al respecto. Es articular esas dos cosas.</p> <p>Viene otra sección que es “pilosos al control”, que es la forma como la Universidad Cooperativa de Colombia se acerca a los colegios de la ciudad y vamos, hacemos una sección donde destacamos las actividades de cada colegio. Y una sección que es “aquí vamos” donde son básicamente las notas de la Universidad; institucional, eventos, seminarios, talleres, diplomados.</p>
<p>9. ¿Cuál es el cronograma que realizan semanalmente para lograr el programa final?</p>	<p>R/ Los dos primeros días de la semana son de producción, el tercer día es editar material, y cuarto y quinto día es de edición.</p>
<p>10. ¿Cómo es el trabajo con los estudiantes que son empíricos en el manejo de equipos y la presentación?</p>	<p>R/ El programa lo hace un equipo profesional, no lo hacen los estudiantes de la universidad porque existe una responsabilidad. En la medida en que se esté pagando en un medio regional para salir, existe la responsabilidad del producto que se está haciendo, entonces no es un escenario de práctica donde vienen los estudiantes sin saber y se les enseña, ni es una escuela para que vengan los de administración de empresas o el de veterinaria a hacer un programa. No, porque no es así, ni ellos están estudiando para eso ni pueden cumplir con la responsabilidad que tiene el medio. El programa hace parte del área administrativa de la Universidad, por eso la Universidad contrata a un grupo de profesionales que hacen el programa. Vinculamos a los estudiante es: se hace casting para presentador, entonces a la presentadora se le va enseñando como hacer la presentación, se le enseña a hacer entrevistas, pero es ya porque tiene ciertos talentos, porque se hizo una convocatoria y porque fue seleccionada. Los estudiantes participan en los sondeos de opinión, cuando vienen a traer información, todo ese tipo de cosas. Es un espacio para ellos pero no hecho por ellos.</p>
<p>11. ¿Cree que el personal que tiene ahora para desarrollar “Reflejos”, es</p>	<p>R/ Es justo. Eso tiene que ver más con lo que es la parte administrativa.</p>

suficiente?	
12. ¿Qué opiniones recibe del programa?	R/ El programa tiene opiniones encontradas, pero pienso que son más las positivas, de hecho las opiniones negativas nunca ha tenido el programa, siempre ha sido muy bien recibido, sobre todo entre la comunidad interna que son los estudiantes que les gusta esto, que les gusta ver su Universidad; y públicos externos, todo lo que es la comunidad, la gente del común que reconoce la Universidad, pero además siente que la Universidad le brinda información sobre temas que a veces es pertinente.
13. ¿Existe en este momento alguna idea que tengan para explotar y renovar el programa?	R/... Si. De hecho el programa anualmente recibe un cambio de imagen, recibe un cambio de conceptualización en edición, se incluyen o se quitan secciones de acuerdo a los requerimientos institucionales, porque la prioridad es institucional porque es quien paga el producto.
14. ¿Qué cree que tiene de innovador “Reflejos” en comparación con otros programas universitarios?	R/ Lo que tiene de diferente es que este programa no es netamente institucional hablando 30 minutos de la UCC, son 20 minutos en los que yo estoy hablando de temas que le interesan también al público externo que no es estudiante de la Universidad. Tu vez un programa institucional en Canal UNO y es 30 minutos hablando del Ministerio del Medio Ambiente y de todo lo que ellos hacen, hay gente que le parece interesante y lo ve, pero básicamente el público siempre es el mismo. Pero nosotros lo que tenemos de diferente con respecto a los otros programas universitarios es el manejo del tema de actualidad visto desde la academia. Eso nos abre todas las posibilidades.
15. ¿Qué cree que le hace falta a “Reflejos” en este momento?	R/ Le hace falta más tiempo, más tiempo para hacer investigación.
16. ¿Cómo es el apoyo que reciben de la Universidad?	R/ Todo, contrata al personal. El programa es de la universidad. Este programa no es que la Universidad lo apoye, el programa es de la Universidad, es su programa. Es diferente a que surge el proyecto estudiantil y la Universidad lo apoye con tantos recursos. Esto es un producto netamente institucional como tener una nueva sala, una nueva dependencia.
17. ¿Qué proyecto a futuro tienen con el programa?	R/ Básicamente el programa sigue con su función de ser institucional. Se renovará formato, se renovará conceptualización de edición, podrá tener por fin la posibilidad de manejar mayor rigurosidad en el área científica, pero en realidad está en un programa netamente institucional.

<p>18. ¿Si en este momento yo le digo “Reflejos”, qué es lo primero que se le viene a la mente?</p>	<p>R/ Un magazín. Un magazín que me trae información interesante de lo que está pasando a mí alrededor y un programa de la Universidad Cooperativa de Colombia. Yo pienso que ya la gente escucha “Reflejos” y ya sabe que es, ya está en el mercado posicionada.</p>
--	---

ANGEL RENE VARGAS

Director Programa Proyecto U
Universidad de Santander

<p>PREGUNTAS</p>	<p>TRANSCRIPCIÓN</p>
<p>1. ¿Cómo se creó el grupo de televisión en una Universidad que no tiene carreras afines a los medios de comunicación?</p>	<p>R/ Surge a finales del año 2004 cuando se encontraba el decano Jamín Curi. Él me llamó porque necesitaba una docencia en el área de televisión y estaba interesado también en crear un programa de televisión parecido al que tenían en la Santo Tomás solo que más abierto, de la Universidad, pero también que salieran cosas de la ciudad. Ya para el 2005, nosotros teníamos un proyecto de práctica de los estudiantes de Mercadeo y Publicidad, de noveno y decimo, es un proyecto de estudiantes. En esa oportunidad con dos estudiantes diseñamos lo que fue el programa. Yo en un comienzo como llegué nuevo a la Universidad simplemente diseñé un programa por secciones, una que tenía que ver con estudiantes, otra con deportes, otra con perfiles de talentos, algo muy parecido a lo que hacíamos nosotros también en la “Santoto”.</p> <p>Cuando comenzó, comenzó a emitirse por el canal de TV Cable, por el canal 2, era quincenal, y era de 15 minutos, lo que pasaba era que ninguno de los estudiantes era comunicador, no tenían experiencia, entonces se empezó a trabajar con ellos en ese programa que eran 15 minutos. Era como la proyección de la Universidad relacionada con la imagen institucional, mostraba los eventos de la Universidad, la gente de la Universidad. Después, como en agosto, ingresamos al canal regional, ingresamos por cerca de seis meses, el resto de año. Ahí el programa pasó de ser de 15 minutos a 30 minutos, y ya no quincenal sino semanal, entonces empezamos a producir permanentemente y ahí se empezó a desarrollar el programa prácticamente en el 2005.</p> <p>Hasta la fecha llegan estudiantes de diferentes semestres. Al principio el programa era muy cerrado y ya prácticamente el programa se abrió, cubrimos eventos de la Universidad</p>

	<p>principalmente, pero también pensamos en eventos fuera de la Universidad, de distintas Universidades, conciertos, deportes, todo tipo de actividades que le interesen a los jóvenes principalmente.</p>
<p>2. ¿Cómo es la acogida que tienen los estudiantes de otras carreras con la creación del grupo de televisión?</p>	<p>R/ El programa principalmente lo ven los estudiantes de la Universidad, pero el programa no es que tenga un público definido sino que la gente de acuerdo a los eventos en los cuales están la gente está interesada en verse. Por lo experiencia de muchos años nos hemos dado cuenta de eso, el estudiante no se programa para ver el programa, se programa cuando va a salir el, o un amigo, o va a salir algo de la Universidad. El que sale es el que normalmente se ve, y ya pues la gente normalmente que se encuentra con el programa se queda viéndolo, si usted es de la Universidad se queda viendo la Universidad, mucha gente muchas veces se queda viendo el programa de nosotros cuando son por ejemplo notas que no tienen que ver con la Universidad, sino notas como parapente, turismo, nosotros tenemos secciones de fotografía con chinas, entonces a la gente le gusta ver mucho eso, es una sección que le gusta mucho a la gente.</p> <p>Pero si hemos hecho estudios, hay trabajos de eso, de percepción, de cómo percibe el programa. El año pasado se hizo un estudio de percepción, qué le gustaba a la gente y qué no le gustaba, se hizo un nuevo modelo, a la gente le gusto más, entonces hemos trabajado ya con ese formato. Es que al programa cada año llegan nuevos muchachos y tienen algo nuevo, pero la estructura si se mantiene principalmente.</p>
<p>3. ¿Cuánto tiempo lleva “Proyecto U” al aire?</p>	<p>R/ Desde el 2005, ya estamos en 5 años prácticamente. Desde febrero de 2005.</p>
<p>4. ¿Cómo nació la idea de “Proyecto U” y su nombre?</p>	<p>R/ Cuando llegamos al montaje del programa, en la U se manejaba mucho lo que era “La U stereo”. Entonces para hacer una especie de identidad se mantuvo la u. Se había sacado otro programa de televisión hace muchos años que se llama “Juventudes”, pero era un programa como magazín, ya esto era un programa más institucional, más de imagen corporativa. Entonces como era un proyecto de grado, entonces simplemente quedó como “Proyecto U”, se dijo entonces dejémoslo como proyecto, así fue muy sencillo, y sonaba bien, entonces se quedó y sobre eso se desarrolló la imagen del programa.</p>
<p>5. ¿Cómo director del programa, de qué tareas se encarga</p>	<p>R/ Bueno, primero que todo, cuando llegan los nuevos estudiantes es preparar la capacitación, enseñarles normalmente cómo es que se redacta, cómo es la estructura</p>

<p>para su realización?</p>	<p>del programa, cómo es que normalmente se hacen las grabaciones, como un pequeño curso de cámara, aunque ya ellos llegan sabiendo algo porque ellos ya han visto materias, en dos materias han visto eso, entonces cómo se maneja el tipo de cámara, cómo es que se cubren por ejemplo las notas, cómo es que se redacta, un curso de redacción muy básico de cómo es que se redactan las notas, cómo tienen la estructura determinadas notas, eso es más que todo información. Ellos, lo que hacen los estudiantes es grabar, ellos graban y redactan, ellos hacen el cubrimiento y adicionalmente también trabajan en otras cosas, y en edición, ellos vienen y editan conmigo, yo manejo la parte operativa en edición, yo lo que hago es revisar textos, ya al final yo hago el filtro de calidad como dicen, yo miro que imágenes son las que se grabaron, el texto, los testimonios, yo más o menos escojo el material de acuerdo a la estructura de la nota y pues ya nos sentamos con ellos a montar la nota principalmente, es el montaje de la nota con ellos.</p>
<p>6. ¿Con qué tipo de personal cuenta para la realización del programa?</p>	<p>R/ Son estudiantes de mercadeo y publicidad de noveno y décimo semestre, ellos trabajan un año. En este momento son dos, pero se van variando a veces son cuatro, a veces son tres, pero normalmente son dos, son estudiantes de mercadeo y publicidad practicantes. Es un trabajo de clase, porque también hace parte del proyecto de grado de ellos, y pues simplemente ellos están trabajando en eso, ellos se dedican, la práctica de ellos es el programa.</p>
<p>7. ¿Cuáles son las secciones y cómo están enfocadas?</p>	<p>R/ Bueno el programa tiene muchísimas secciones. Bueno en este momento el programa está dividido en muchas secciones pero no todas salen cada 8 días, eso van cambiando. Una que es la sección de la parte institucional, que tiene que ver necesariamente con lo que es con la Universidad, lo que tiene que ver con las carreras, con las diferentes carreras, programas académicos, lo que tiene que ver con la parte de rectoría, lo que tiene que ver con congresos que se presentan en la Universidad, con eventos que se manejan en la Universidad, entonces eso.</p> <p>Otra tiene que ver, hay una sección que tiene que ver con la parte de sondeos de la semana, siempre todas las semanas tenemos una pregunta que tiene que ver con la actualidad, a veces preguntamos cosas frívolas como para... frivolidades, pero normalmente siempre preguntamos sobre temas de actualidad que tengan que ver un poquito con la parte crítica del estudiante, los sondeos le permiten a los estudiantes, a la gente percibir cómo es que el estudiante se forma en una Universidad y de acuerdo a la posición dicen “estos manes son como, dan buenas opiniones sobre determinado tema”,</p>

entonces son sondeos de opinión de actualidad, de actualidad.

Después viene, hay otra sección que tiene que ver con la parte de talento, se llama "Perfiles", que tiene que ver con la parte de talentos universitarios sea docentes, estudiantes, administrativos que se desempeñen en algo, sea cultural, sea deporte, sea lo que sea. Entonces lo que hacemos es simplemente hacerle un perfil al estudiante, se le hace la entrevista, se le acompaña al sitio donde hace sus prácticas deportivas o culturales o música, estamos ahí metidos en ese cuento, le preguntamos a los amigos qué opinan de él, es una sección como de unos tres-cuatro minutos largos, así cada 15 días por lo menos, esa es una sección.

Hay otra sección que es nueva en este semestre que tiene que ver con los egresados de mercadeo y publicidad, como este semestre también, el programa lo manejan local, entonces lo que estamos tratando de hacer es como destacar dónde están nuestros egresados y qué están haciendo. Nos sirve para qué, para destacarlos a ellos, para destacar las empresas donde ellos estén, sus trabajos, y también ubicarlos y que nos sirva a nosotros también para obtener un banco de datos para saber dónde están los egresados, principalmente eso.

Hay una sección que, de fotografía que ahorita la vamos a retomar, yo pienso que ya esta semana, que se llama "Lente U", es una sección en la cual, la típica, siempre en la Universidad hay la típica niña bonita, la típica niña que todo el mundo ¡ay tan bacana!, entonces como en mercadeo y publicidad se ve fotografía publicitaria y tiene que ver un poquito también con eso, con moda, entonces lo que se hace es un estudio fotográfico con ellas en la Universidad. Entonces se invita a la niña, se le toman unas fotos muy bien tomadas, todo ese cuento, y se le hace una pequeña entrevista relacionada como por qué escogió la Universidad, cuáles son sus proyectos, como... son unas peladas principalmente, chinas, las queridas, chinas que todo el mundo quiere que por qué no le hacen esto, es el típico, como poner la parte del talento de fotografía publicitaria con alguna frivolidad, como que le dé más... pero esa sección es la que más le gusta a la gente, la gente quiere verla porque saben que va a salir entonces están pendientes. Además porque tiene mucho trabajo, mucho trabajo en la parte de edición, eso por un lado.

Ahora como la posibilidad es salir en el Canal Universitario se crearon unas secciones que tienen que ver con turismo y aventura, entonces en este momento estamos, nosotros siempre hemos hecho eso, pero para reforzarlo un poquito hacemos notas por fuera que tienen que ver, vamos a San Gil a

	<p>canotaje, vamos a parapente, vamos por ejemplo a... no sé, todo lo que tenga que ver con deporte de aventura y todo ese tipo de deportes.</p> <p>Otro tiene que ver con Bienestar Universitario, todas las actividades de Bienestar Universitario nosotros las cubrimos, es una sección específica porque el bienestar siempre provee mucha información y además no es la típica información de clase, académica, sino la de grupos culturales, lo que es teatro, danzas, grupo de tamboras, todo ese cuento, teatro también, lo que tiene que ver con la parte musical, lo que tiene que ver con la parte deportes, también toda la parte deportiva la manejamos ahí, eso es otra sección.</p> <p>Otra sección también tiene que ver ahora con la parte musical, estamos tratando de destacar por ejemplo grupos, grupos de vallenato, rock, lo que sea, y hacemos muchos perfil de eso también, entonces coger bandas, ojalá que sean de la Universidad si no, no hay problema, desde que sean universitarios, como la información es para gente joven, entonces nosotros no tenemos que no pueda salir de la Santoto alguien o de la UNAB no, siempre y cuando estén haciendo algo los jóvenes en la parte musical, nosotros los destacamos principalmente en eso.</p> <p>Y teníamos, o está pendiente, no se sabe todavía, una sección con "La U stereo" que era "Contacto U" que era música principalmente, entonces mostramos el top 5 de la semana, damos información musical, el videíto y ya, con eso salíamos.</p>
<p>8. ¿Cuál es el cronograma que realizan semanalmente para lograr el programa final?</p>	<p>R/ Bueno nosotros semanalmente qué hacemos, empiezo al revés, nosotros los viernes editamos, por cosas de... lo estamos haciendo hoy lunes, pero normalmente los viernes en la tarde editamos. Qué hacemos, ahí nos reunimos y programamos de una vez, ellos tienen unas fuentes, que es fuente de información que envía por correo el Departamento de Comunicaciones de la Universidad y de la misma facultad ahí también les informa, nos contactan siempre, por intermedio de la facultad nos llaman para programación siempre. O sea permanente, o sea uno dice, en la semana se produce, uno a veces no sabe, hay cosas fijas como la grabación de presentaciones, grabación de los sondeos, grabación de cosas que son temporales, temáticas que tienen que ver con algún perfil de deporte, una sección de gimnasia, una sección independiente que para nada tiene que ver con un evento sino que programa uno entre semana. Digamos que eso entre lunes, martes, miércoles y jueves, esos cuatro días que se dan las presentaciones, y, cuando hay por ejemplo eventos casi siempre son por la noche, por la mañana, durante el día hay</p>

	<p>eventos académicos que se desarrollan, entonces le toca a uno estar ahí pendiente. O sea el cronograma va de acuerdo a las actividades de cada semana, lo único que si se maneja es lo de la, lo que tiene que ver con la parte de la edición.</p>
<p>9. ¿Cómo es el trabajo con los estudiantes que son empíricos en el manejo de equipos y la presentación?</p>	<p>R/ Haber digamos, los muchachos, o sea es que generalmente los programas de la Universidad si usted se da cuenta, los que tienen comunicación social no tienen programa de televisión, que es lo que nosotros siempre hemos destacado, entonces qué pasa, uno tiene que... la ventaja qué es... por ejemplo cuando yo trabajaba en la Santoto era que éramos los comunicadores los que trabajábamos ahí, entonces cogíamos estudiantes y los poníamos a trabajar pero nosotros hacíamos todo, en la UNAB teníamos algunos programas, pero también ellos siempre, eran más bien como prácticas. En esto, haber, ellos no es que sean muy empíricos en esto realmente, más que todo en periodismo sí, pero lo que tiene que ver con la parte técnica no tanto porque ellos, si uno se da cuenta, es lo mismo que se recibe en comunicación. Ellos ven fotografía, ellos ven redacción publicitaria, no es lo mismo, pero ya por lo menos tienen que ver dentro de lo que es el manejo de la imagen en cuanto a diseño, diseño gráfico, diseño multimedia, todo el concepto audiovisual, y de pronto sea más claro para unas cosas. Pero también ven dos materias, ya tres materias que son: una es medios 4, que es televisión en la cual se aprende lo que es manejo de cámaras porque ellos hacen comerciales, entonces en el transcurso del semestre tienen que hacer tres comerciales, ellos aprenden a manejar las cámaras, aprenden a editar, todo el mundo aprende a editar, todos aprenden a editar, todos tienen que pasar por eso, aprenden a editar unos más que otros, pero aprenden a editar en octavo.</p> <p>Ellos pasan por un proceso, ahí aprenden a hacer comerciales, aprenden a manejar cámaras. Después viene en noveno semestre, ellos ven producción audiovisual, y es también lo mismo pero ya enfocados a videos institucionales, ellos también tienen que manejar cámaras, tienen que editar y todo ese cuento, y ahorita hay una materia que se llama "producción creativa audiovisual" donde también ven lo mismo, ven televisión, ven fotografía, que también es conmigo, en el cual ellos ya por lo menos uno sabe que cuando llegan a la práctica por lo menos han visto un semestre completo, normalmente los que vienen son los coordinadores que manejan esa parte, entonces los muchachos, los muchachos llegan ya prácticamente sabiendo eso.</p> <p>Lo que uno hace normalmente es hacer una pequeña inducción y habar un poquito de cómo se desarrollaron las notas, notas de televisión, cómo es que funciona eso, entonces uno habla</p>

	<p>por estructuras y se explica cómo es lo de las famosos... quién, cómo, cuándo, dónde, por qué, cómo son los testimonios, cómo se complementa una nota, eso en la parte de la estructura. Claro que ellos también tienen otros conceptos que aplican, ahí se aplican muchos conceptos publicitarios, o ven televisión y ellos también dicen profe yo vi una cosa bacana, ellos pueden proponer también formas de presentar el programa, entonces no... o sea, realmente yo diría más bien, no son comunicadores pero si tienen que ver con el área de la comunicación, lo que tiene es publicidad tiene que ver mucho con eso, ellos ven fotografía publicitaria, todo eso, entonces para ellos no es nuevo.</p> <p>Allá, para ser presentadora no se necesita ser comunicadora realmente, lo que se busca es una niña que tenga... no que registre bien, no la súper re mamasita, pero si la china que lo haga bien, que se vea bien en cámara, eso es primero; y que tenga la actitud y la aptitud para hacer eso porque no todas sirven, muchas veces hay muchas niñas bonitas que no saben hablar a cámara, normalmente buscamos peladas que comprendan , y que a veces uno les dice de qué se trata y ellas se ve que sí... siempre hemos contado con buenas presentadoras en ese sentido para la presentación.</p>
<p>10. ¿Cree que el personal que tienen ahora para desarrollar el programa “Proyecto U” es suficiente?</p>	<p>R/ Eee... las dos personas lo pueden hacer, pero obviamente a veces uno necesita más gente en muchas cosas, ellos también ven clase, ellos, la práctica de ellos es media práctica, ellos tienen que ver a veces materias y ellos por estar haciendo materias entonces no pueden ir a cubrir una cosa. En esta oportunidad digamos somos dos, si fueran cuatro pues se rotaban, alguien salía y hacía rápido la nota, pero por lo pronto, con dos personas sí se puede, organizadas sí se puede hacer, eso no tiene ningún problema.</p>
<p>11. ¿Qué opiniones recibe del programa?</p>	<p>R/ No, el programa bien, o sea, realmente a nosotros nunca nos han dicho que el programa es malo ni nada de eso. De pronto hay, es que como cada programa es diferente, hay programas en los cuales tienen mucha información institucional, entonces de pronto a la gente, al pelao ¡ay no!, pero a los otros sí, a la gente, los docentes, o sea a la parte de la Universidad les gusta también eso, entonces bueno. Entonces lo que tratamos es de buscar, es de lograr un equilibrio en eso, el programa cuando uno lo ve el programa tiene un ritmo, lo único que lo puede hacer que la gente no le llame la atención o le parezca aburrido es que usted no pertenezca a la Universidad y que den información institucional muy seria, pero de resto normalmente uno se queda, son actividades con pelaos, normalmente siempre les ha gustado, en los sondeos y en los estudios que se han hecho, al</p>

	estudiante siempre... lo que de pronto ellos no saben es a qué hora lo dan, se les olvida mucho entonces para ver toca recordarles.
12. ¿Existe en este momento alguna idea que tengan para explotar y renovar el programa?	R/ Cada año se renueva. En este momento lo que se está buscando es hacer una especie de empalme para lo que va a ser el programa en el Canal Universitario a nivel nacional. Van a ser dos programas prácticamente, uno que es local con información muy institucional, y pues, las notas común y corriente, y el otro que si es más de jóvenes, nosotros vamos a meter muchísimo lo que es la parte de turismo y aventura por Santander, vamos a estar haciendo notas en la parte musical de Bucaramanga, notas de ciudad, notas con jóvenes, perfiles con jóvenes, y una que otra pinturita institucional. Entonces eso es hacia lo que vamos nosotros, a hacer una especie de digamos, un magazín para jóvenes, pero que tenga un lugar muy nacional, porque a todo el mundo le gustaría conocer Santander y hacer turismo, a todo el mundo le gustaría conocer bandas nuevas, la gente está pendiente así como en cualquier lado, no tiene que ser sólo de Bucaramanga, no, la idea es que el programa se vea como algo muy nacional, hecho en Bucaramanga pero para todo el país.
13. ¿Qué cree que tiene de innovador “Proyecto U” en comparación con otros programas universitarios?	R/ Yo creo que el lenguaje. Por ejemplo la Santoto es muy convencional, es muy serio en su información, de pronto otros programas de otras Universidades también son muy formales. Nosotros somos en ese sentido menos formales, formales con lo que debe ser institucional, pero de resto tratamos de manejar un lenguaje más de jóvenes, aquí no se prohíbe que se digan cosas, no groserías ni nada, pero sí que la gente opine diferente, que salgan cosas extrañas y raras. Entonces nosotros somos más relajados en ese cuento, nosotros le metemos más música, le metemos moda. Para nosotros que salga niña con poquita ropa no importa, que salga un pelado tampoco, digamos cuando hay festival de cuenteros nosotros no censuramos cosas, siempre dejamos que el programa salga como debe ser. Nosotros nunca estamos obligados a meter a la Universidad en las actividades, nombrarla permanentemente, sólo en las institucionales, siempre tratamos de manejar eso principalmente.
14. ¿Qué cree que le hace falta a “Proyecto U” en este momento?	R/ En este momento, retomar nuevamente secciones. Como esto se renueva permanentemente, entonces a los muchachos también toca prepararlos, durante el primer semestre pues se produce el programa, pero hay secciones que no hemos comenzado todavía a desarrollar, por ejemplo secciones de, hacer mucho turismo, mucho de eso, pero ya formalmente, formalizar el hecho de hacer cada semana, primero por presupuesto, la Universidad no da presupuesto mucho, da los

	<p>equipos y nada más, pero no hay presupuesto para viajes, las notas las hacen ellos como practicantes porque son de la Universidad y porque se la rebuscan, pero ellos ponen equipos, los materiales, pero no más, entonces eso pues lo frena a uno un poquito pero ya, después nos organizamos. Ahora estamos en proceso de consolidar las secciones como tal porque tenemos el problema, siempre como llega nueva gente, mientras se adaptan, esa adaptación influye con lo práctico, manejar la estructura que ya tenemos y sobre eso vamos cambiando, normalmente el programa cambia mucho ya en el segundo semestre, porque los practicantes ya cogieron el ritmo entonces ya se ve otro tipo de programa, pero normalmente siempre uno lo que ve es el empalme con lo que viene anterior en el primer semestre, ya el segundo ya, las notas como tal, entonces pero no creo, ahoritica no, principalmente la estructura que se maneja es muy abierta, acerca de todo tipo de información, entonces no creo que así en específico que haga falta.</p>
<p>15. ¿Cómo es el apoyo que tienen de la Universidad?</p>	<p>R/ La Universidad tiene los equipos y ya no más, la Universidad nos provee las cámaras principalmente, lo otro son los muchachos, los practicantes, que ellos hacen sus programas y ya la edición la hacen por intermedio mío. La Universidad sí paga unas horas adicionales de edición, la producción, pero ya por ejemplo para viajes, para todo eso no se saca, la Universidad no provee eso. El programa no es institucional, no es que la Universidad de apersona del programa no, es de mercadeo y publicidad principalmente.</p>
<p>16. ¿Qué proyecto tienen a futuro con el programa?</p>	<p>R/ El proyecto es el del Canal Universitario, empezar a salir en el Canal Universitario, mandar las emisiones que se piden, estructurar el programa para eso. Ya la idea está, simplemente es definir, estamos esperando es ahoritica la llegada de unos equipos nuevos que se pidieron, que es lo que nos va a permitir entrar al canal, porque con los equipos que tenemos no alcanzamos a hacer cubrimiento como para producir dos programas paralelos, estamos esperando ahoritica la llegada de unos equipos, ya con eso prácticamente sería el arranque ya para el Canal Universitario con todo el material.</p>
<p>17. ¿Si en este momento yo le digo “Proyecto U” qué es lo primero que se le viene a la mente?</p>	<p>R/ A mi me parece gente joven, Universidad, siempre... parece que es un programa chévere, así como de actividades ricas de pelaos, de jóvenes, de Universidad, también de colegios, pero más que todo de Universidad.</p>

