

**REDISEÑO DEL MODELO DEL INFORMATIVO “UPB NOTICIAS” PARA LA
REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN INSTITUCIONAL
DENTRO DEL CIRCUITO INTERNO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA
BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA**

JUAN CRISANTO GARCÍA PEREA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA
14 DE JULIO DE 2010**

**REDISEÑO DEL MODELO DEL INFORMATIVO “UPB NOTICIAS” PARA LA
REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN INSTITUCIONAL
DENTRO DEL CIRCUITO INTERNO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA
BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA**

TRABAJO DE GRADO – MODALIDAD PASANTÍA

**JUAN CRISANTO GARCÍA PEREA
TÍTULO A OBTENER:
COMUNICADOR SOCIAL-PERIODISTA**

**DIRECTOR ENCARGADO DE LA PASANTÍA
COMUNICADOR SOCIAL-PERIODISTA
HÉCTOR GÓMEZ**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA
14 DE JULIO DE 2010**

NOTA DE ACEPTACIÓN

FIRMA DEL PRESIDENTE DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

FIRMA DEL JURADO

BUCARAMANGA, 14 DE JULIO DE 2010

DEDICATORIA

A Mile y mi familia, por tener paciencia

AGRADECIMIENTOS

A Fidel Sánchez, docente Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

A Luís Jorge Orcasitas, docente Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Medellín

A Oscar Mauricio Vega, realizador audiovisual Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

A Héctor Gómez, docente Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga

A Familia García Perea

GLOSARIO AUDIOVISUAL

Angulación: Ángulo de ubicación de la cámara respecto al objeto o sujeto a grabar (también llamado tiro de cámara)

Back Light: Dentro de la triangulación de luces en fotografía, es la fuente lumínica que busca darle volumen al objeto o sujeto a grabar, y que se ubica detrás de éste, para alejarlo del fondo y así dar la apariencia de profundidad de campo y por ende la tridimensionalidad.

Bloques: Separación temática del contenido de un programa

Cabezote: Inicio animado que identifica la imagen audiovisual de los programas de televisión

CCD: Sensor de siglas *charge-coupled device*, que tiene como fin registrar las imágenes de las cámaras de video a través de un proceso electrónico

Coaxial: Puerto eléctrico para enviar y recibir señales eléctricas de alta frecuencia

Composición: Es el ordenamiento estético en fotografía de cualquier imagen audiovisual

Cortes: Son los interludios o pausas que tiene cualquier producto para televisión

CTB: Filtro para luces artificiales de siglas *Color Temperature Blue*, usado para simular la luz día

Difusor: Filtro para luces artificiales, usado para suavizar la luz y no generar sombras

Emplazamiento: Ver significado de Angulación

Entradas canon: Puertos profesionales para la captura y salida de audio

Escenografía: Espacio diseñado artísticamente para la grabación de escenas

Flex: Tela brillante de diversos tamaños que sirve para reflejar numerables fuentes de luz

Fill light: Dentro de la triangulación de luces en fotografía, es la fuente lumínica secundaria que busca quitar las sombras que genera la luz principal, y que se ubica al lado derecho o izquierdo del objeto o sujeto a grabar.

Ganancia: Es la opción digital que tienen las cámaras profesionales de capturar imágenes en condiciones de luz adversas, denominada DB. Exponencialmente se varía el valor para obtener mayor entrada de luz pero con mayor ruido, al mejor estilo de los valores ISO en las cámaras fotográficas

Gelatinas: Tipo de filtros para las luces que modifican la temperatura de color

Grafismo: Conjunto de elementos gráficos como animaciones, fotos, figuras, diseños y colores que le dan la identidad visual y gráfica a cualquier producto audiovisual y que refuerzan la estética

Grip: Conjunto de objetos que ayudan y facilitan el proceso de rodaje y producción en cuanto al montaje electrónico de las luces, el apoyo técnico a la cámara, la dirección de arte y demás procedimientos técnicos indispensables en la grabación

Key light: Dentro de la triangulación de luces en fotografía, es la fuente lumínica principal que busca iluminar al objeto o sujeto a grabar. Se ubica frente a él, en la derecha o izquierda, según criterios del director

Luminotécnico: Persona que colabora en la parte técnica y también artística a la hora de montar las luces para cualquier grabación

Máster: Pieza audiovisual final que tiene como objetivo guardar el producto final corregido en un formato sólido y confiable para su perduración en el tiempo

Micrófono boom: Tipo de micrófono en forma de condensador que gracias a sus múltiples entradas de audio, captura el sonido proveniente del ambiente de manera amplia, con una alta gama de frecuencia, capas y calidad única.

Micrófono dinámico: Llamado también micrófono de mano, es ideal para entrevistas y voces, ya que su rango y espectro es unidireccional, lo que lo hace concentrarse sólo en la captura de los sonidos que provengan de frente

Micrófono lavalier: Llamado también micrófono de solapa, es ideal para entrevistas controladas, ya que su reducido tamaño y discreción lo hace imperceptible al ojo de la cámara

MINIDV: Formato magnético común de grabación de 480 líneas entrelazadas de calidad que sirve para el almacenamiento controlado de imágenes audiovisuales de una resolución 720*480

Montaje: Acción artística y narrativa de estructurar con un claro concepto e idea, diversas imágenes que buscan conformar una pieza audiovisual. Se diferencia de la edición, que ésta última es la acción técnica aplicada por medio de un computador y un software de edición

MOV: Extensión digital de video de excelente calidad usada para exportar archivos audiovisuales

ND: Filtros tanto para luces como para cámaras que sirve para reducir la potencia lumínica. Vienen con valores exponenciales

Obturación: También llamada velocidad de obturación, es el periodo de tiempo en el cual está abierto el obturador de las cámaras, que se expresa en segundos y fracciones de segundo

Papillón: Tela especial blanca con porosidad que sirve como difusor de fuentes de luz tales como el sol y que tiene como fin suavizar la luz a la hora de la grabación

Post producción: Etapa final de la realización audiovisual en la que se hace el montaje y edición de las imágenes obtenidas, se corrige los audios y los planos, se incluyen los efectos y animaciones, en fin, se ensamblan todos los elementos sonoros y visuales que harán parte del producto final

Preproducción: Etapa inicial de la realización audiovisual en la que se investiga y se genera toda la plataforma para el rodaje. Entre las actividades desarrolladas en esta etapa son la escritura del guión, la consecución de locaciones, el trabajo con actores, el diseño del plan de rodaje, etc.

Producción: También llamado rodaje, es la etapa intermedia de la realización audiovisual en donde se graban los escenarios y momentos que son necesarios en el producto final

Productor de campo: Persona encargada en el rodaje de coordinar diversas actividades como el llamado a los actores, consecución de locaciones, permisos, etc.

Sistema NTSC: *National Television System Committee*, en español *Comisión Nacional de Sistemas de Televisión*) es un sistema de codificación y transmisión de Televisión en color analógico desarrollado en Estados Unidos

en torno a 1940, y que se emplea en la actualidad en la mayor parte de América y Japón, entre otros países.

Sistema PAL: es la sigla de *Phase Alternating Line* (en español *línea de fase alternada*). Es el nombre con el que se designa al sistema de codificación utilizado en la transmisión de señales de televisión analógica en color en la mayor parte del mundo. Se utiliza en la mayoría de los países africanos, asiáticos y europeos, además de Australia y algunos países americanos.

Triangulación de luces: Esquema básico lumínico para fotografiar objetos y sujetos que consta de tres fuentes de luz (key light, fill light y back light)

Zoom in: Movimiento óptico de la cámara usado en el lenguaje audiovisual que busca acercarse, pasando de un plano abierto a uno más cerrado

Zoom out: Movimiento óptico de la cámara usado en el lenguaje audiovisual que busca alejarse, pasando de un plano cerrado a uno más abierto

CONTENIDO

	Pág.
1. INTRODUCCIÓN	13
2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	16
2.1 La Universidad Pontificia Bolivariana	16
2.1.1 Misión, visión y organigrama	17
2.2 El Centro de Producción Audiovisual	19
2.2.1 Misión	19
2.2.2 Objetivos	19
2.2.3 Funciones	19
2.2.4 Símbolos	19
3. REFERENTE CONCEPTUAL	21
3.1 Principios de la imagen	21
3.2 Historia de la televisión	22
3.2.1 Televisión mecánica	23
3.2.2 Televisión eléctrica	23
3.2.3 1950 – 1959	23
3.3 Historia de la televisión en Colombia	24
3.3.1 Televisión regional y lo público	25
3.3.2 La universidad televisiva	27
3.4 ¿Cómo hacer una propuesta para televisión?	29
3.4.1 Análisis de “UPB Noticias” en sus primeras emisiones	30
3.4.2 La idea del programa	33
3.4.3 Características del programa	33
3.4.4 Elementos que componen el programa	39
3.5 Una visión de conjunto	43
3.5.1 Preproducción	43
3.5.2 Producción	44
3.5.3 Posproducción	45
4. OBJETIVOS	47
4.1 Objetivo general	47
4.2 Objetivos específicos	47
5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	48
5.1 Plan de trabajo	48
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
PRESUPUESTO	62

BIBLIOGRAFÍA	64
ANEXOS	66
Anexo 1, video informativo UPB NOTICIAS emisión 2 (Formato wmv)	
Anexo 2, producto final REEL noticiero UPB NOTICIAS (Formato wmv)	
Anexo 3, video presentaciones informativo UPB NOTICIAS (Formato wmv)	
Anexo 4, video nota informativo UPB NOTICIAS (Formato wmv)	
Anexo 5, video cápsula informativo UPB NOTICIAS (Formato wmv)	
Anexo 6, fotograma presentaciones informativo UPB NOTICIAS (Formato jpg)	
Anexo 7, croquis ubicación de cámara y luces presentaciones informativo UPB NOTICIAS (Formato jpg)	
Anexo 8, fotogramas tipos de plano presentaciones informativo UPB NOTICIAS (Formato jpg)	

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: REDISEÑO DEL MODELO DEL INFORMATIVO “UPB NOTICIAS” PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN INSTITUCIONAL DENTRO DEL CIRCUITO INTERNO DE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA

AUTOR: Juan Crisanto García Perea

FACULTAD: Comunicación Social – Periodismo

DIRECTOR: Héctor Gómez

RESUMEN

Durante la pasantía efectuada por el estudiante de Comunicación Social-Periodismo Juan Crisanto García Perea en el Centro de Producción Audiovisual (CPA) de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, se realizó la elaboración completa del nuevo modelo del programa de televisión interno institucional UPB NOTICIAS, con la producción de 11 emisiones de media hora y de una periodicidad quincenal.

Para ello se trabajó a partir del estándar clásico de televisión que recurre a tres etapas debidamente diferenciadas y con un orden como lo son la preproducción, producción y post producción. Para esta actividad el pasante hizo las labores de periodista, realizador audiovisual (que incluye la producción, montaje y dirección) y técnico (manejo de cámara de video, asistente de sonido, luminotécnico y editor).

Igualmente se diseñó un modelo de cápsulas informativas con carácter narrativo dentro del noticiero para fortalecer el reconocimiento de los valores de excelencia, formación integral y sentido humano que promulga la UPB dentro de su misma comunidad.

Por otro lado, se elaboró una propuesta que fue aprobada, para el rediseño del logo símbolo del CPA. Todas estas actividades se hicieron con el objetivo de posicionar el programa dentro la comunidad bolivariana y a su vez la del Centro de Producción Audiovisual.

El resultado alcanzado en cada uno de los propósitos planteados para el primer semestre del 2007 fue su completa y satisfactoria ejecución y por ende la consolidación del Centro de Producción Audiovisual en la UPB como una oficina seria que vela por mantener y reflejar a través del audiovisual los valores de la Universidad y su filosofía de evangelización de la cultura.

Palabras claves: Televisión Institucional CPA Informativo Noticiero

Vº Bº Director de trabajo de grado

GENERAL ABSTRACT OF GRADE WORK

TITLE: REDESIGN OF THE MODEL OF INFORMATION "UPB NEWS" FOR THE MAKING OF A TELEVISION PROGRAM IN THE CIRCUIT INSTITUTIONAL INTERNAL OF THE UNIVERSITY PONTIFICIA BOLIVARIANA SECTIONAL BUCARAMANGA

AUTHOR: Juan Crisanto García Perea

FACULTY: Social Communication – Journalism

DIRECTOR: Héctor Gómez

ABSTRACT

During Juan Crisanto Garcia Perea internship, student of social communication and journalism at the audiovisual production center (CPA) from Pontificia Bolivariana University from Bucaramanga, he proposed a new model of the internal institutional television program UPB news with the production of 11 transmissions, of 30 minutes each, every fifteen days.

To achieve this, the work was made from classical standard television that has three different stages: pre production, production and postproduction. For this activity the intern worked as a journalist, audiovisual developer (that includes production, assembly and direction) and technician (using video camera, sound assistant, light technician and editor).

Likewise a model of informative capsules was designed with narrative character to make the television news stronger, that promotes important values inside the UPB community.

On the other hand, a new proposal was approved to redesign the CPA logo. All this activities were made with the objective of positioning that television show in the Bolivariana community and at the same time the audiovisual production center.

The achieved result in each of the objectives for the first semester of 2007 was completed, as a result, the audiovisual production center was considered as a serious department that cares and wants to maintain and reflect good values through the audiovisual program.

KEYWORDS: TELEVISIÓN CPA INSTITUCIONAL INFORMATIVO NOTICIERO

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación juega un papel fundamental en la interacción humana; su campo de acción trasciende y se hace importante en la actividad laboral, la cultura y los valores de cualquier organización. En este caso, la UPB Seccional Bucaramanga promueve valores de excelencia, formación integral y sentido humano y es necesario que los medios internos de comunicación reflejen esta identidad.

Además de los medios escritos como Brújula y Contacto UPB, la importancia del aspecto audiovisual como medio para transmitir información dentro de la comunidad bolivariana es indiscutible tanto en un contexto general del mismo medio televisivo y su función de difusión masiva de información y cultura en las sociedades contemporáneas, como en el ámbito físico del mismo campus universitario y su adaptación a espacios colectivos de difusión de información.

Por ello se planea la producción de un modelo de programa televisivo que implemente herramientas y acciones comunicativas que apunten al reconocimiento y fortalecimiento de la imagen corporativa que presenta la entidad ante su público interno, irradiando esa cultura organizacional.

Este proyecto tiene su cimiento en una de las funciones que debe cumplir el Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas, que es diseñar, desarrollar y mantener sistemas y mecanismos de información a los directivos, administrativos, empleados, docentes y estudiantes sobre los servicios y actividades que desarrolla la Universidad Pontificia Bolivariana.

La necesidad de posicionar el Centro de Producción Audiovisual de la UPB Seccional Bucaramanga (CPA) como una dependencia especializada en la producción de televisión y que a su vez vele por resaltar los valores de excelencia, formación integral y sentido humano que nuestra Universidad promueve, motivaron la creación de una propuesta para el rediseño del modelo del programa informativo “UPB NOTICIAS”.

Para empezar se contaba con una base del programa realizado y emitido en el segundo semestre del año 2006 titulado “UPB Noticias”, diseñado y realizado por la señora Silvia Chaparro, Comunicadora Social – Periodista. Era un informativo de tiempo relativo e inconsistente que hablaba sobre la comunidad bolivariana, de emisión ocasional y sin ninguna identidad audiovisual.

El nuevo grupo de trabajo del Centro de Producción Audiovisual encabezado por el Realizador Audiovisual Fidel Sánchez y los pasantes en Comunicación Social Juan Crisanto García y Oscar Mauricio Vega en el primer semestre del 2007 decidieron fortalecer el informativo interno dándole una periodicidad quincenal y desarrollando una propuesta audiovisual para el programa, que anteriormente era aleatoria.

Esta propuesta consistía en la elaboración primeramente de una idea de lo que se quería con unas características básicas y unos elementos necesarios que permitieran desarrollar el programa con una continuidad y certeza en la producción.

El programa UPB NOTICIAS pretende ser un espacio informativo que sirva para abordar distintos temas de actualidad de la comunidad bolivariana en la seccional Bucaramanga. Se plantea como un programa de temática noticiosa desde una óptica totalmente seria, rigurosa, pero con una agilidad en las imágenes y una narrativa dada hacia el reportaje televisivo.

Los distintos temas que se tratan en UPB NOTICIAS son analizados de manera noticiosa, a partir del testimonio directo de acciones espontáneas que explica con imágenes, palabras y sonidos, y desde una perspectiva actual, historias vividas por personas relacionándolas con un contexto universitario.

Con esta idea se busca adicionalmente realzar la imagen del Centro de Producción Audiovisual como una oficina seria que vela por mantener y reflejar a través del audiovisual los valores de la Universidad y su filosofía de evangelización de la cultura.

Luego de plantear la idea, se busca la estrategia más adecuada para iniciar con el proyecto y definir las características del programa como lo son el título, tema (contenidos), horario y duración, público al que va dirigido, mercado posible, costos, personal, locaciones, síntesis de un capítulo, detalle de donde se encuentra la rentabilidad y responsables (autores, productores).

Finalmente se hace un bosquejo de los elementos que componen el programa como el personal necesario, los requerimientos técnicos básicos, los escenarios y los elementos narrativos e identidad audiovisual del informativo. Para ello se trabaja a partir del estándar de realización universal para todo producto audiovisual que recurre a tres etapas: preproducción, producción y posproducción.

El informativo interno UPB NOTICIAS arranca con su tercera emisión de media hora el 20 de febrero del 2007. Con una periodicidad quincenal, los martes a las 12 P.m. y repetición a las 5:30 P.m., este programa busca mostrar las principales informaciones de actualidad de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga.

Cada emisión de UPB NOTICIAS cuenta con la participación de un director general, dos realizadores y una presentadora. El programa se desarrolla a partir de las intervenciones de la presentadora que le da paso a las notas de aproximadamente 4 minutos, en las que a partir del testimonio de los directamente involucrados en los hechos, se cuenta a manera de reportaje las incidencias de un suceso de importancia noticiosa para la comunidad

bolivariana. Igualmente se diseñó un modelo de cápsulas informativas de un tiempo más corto y con una narrativa más ágil inclinada hacia los comerciales.

Con esta dinámica de producción inició el proyecto durante seis meses, que contó con la supervisión de los docentes de televisión Fidel Sánchez y Luís Orcasitas.

La propuesta del rediseño del noticiero y la aplicación en el programa UPB NOTICIAS es el objetivo planteado, que se sustenta como un modelo institucional para generar valores desde la evangelización de la cultura dentro de la comunidad bolivariana, a través de un reconocimiento visual y sonoro de lo que somos: bolivarianos.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

2.1 La Universidad Pontificia Bolivariana

El 15 de Septiembre de 1936, se funda la Universidad Católica Bolivariana, por Decreto del señor Arzobispo de la ciudad de Medellín Monseñor Tiberio de Jesús Salazar y Herrera, siendo su primer rector Monseñor Manuel José Sierra.

La universidad inicia actividades académicas con 78 estudiantes matriculados en la Facultad de Derecho. El 16 de Agosto de 1945, Su Santidad Pío XII le otorga el título de "Pontificia" y desde entonces se conoce con el nombre de Universidad Pontificia Bolivariana.

Sus principios son inspirados en el humanismo cristiano, el magisterio de la Iglesia y los ideales del libertador Simón Bolívar son el horizonte de la sólida formación e instrucción científica, tecnológica y humana con la que se forman nuestros educandos, líderes que contribuyen al desarrollo del país. Actualmente la UPB cuenta con tres seccionales, las cuales tienen sus sedes en las ciudades de Bucaramanga, Montería y Palmira.

La Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, nace por el interés de un grupo entusiasta de religiosos, empresarios, profesionales y educadores, en servir a la iglesia con la formación profesional de líderes cristianos, propósito llevado a cabo con la orientación y el apoyo del entonces Arzobispo de la ciudad, Monseñor Héctor Rueda Hernández.

El grupo que imaginó esta idea y la sacó adelante estaba conformado por los Señores Luís Enrique Aramburo Bolaños, Luís Alfonso Díaz Nieto, Sergio Gamboa Sepúlveda, Álvaro García Pinzón, Hernán Porras Díaz, Jorge E. Viccini Ramírez (q.e.p.d.), Mons. Isaías Duarte Cancino (q.e.p.d.), Mons. Néstor Navarro Barrera y Mons. Darío Múnera Vélez – Rector de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín.

Su Funcionamiento está autorizado por el instituto colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES, según Acuerdo No. 083 del 12 de julio de 1990, pero es en 1991 cuando inicia labores académicas con el primer programa de pregrado que fue el de Ingeniería Electrónica.

En ese momento y hasta 1998 la Rectoría estuvo bajo la dirección de Monseñor Jesús Quirós Crispín (q.e.p.d.) quien fue sucedido por Monseñor Néstor Navarro Barrera y este a su vez fue sucedido por Monseñor Primitivo Sierra Cano, Actual Rector de la institución.

La Universidad comenzó en las instalaciones del Seminario Arquidiocesano y desde 1998 tiene su propia sede ubicada en el Km. 7 de la Autopista a Piedecuesta. Este es un proyecto arquitectónico moderno que contempla un

área construida de aproximadamente 35.000 metros cuadrados que serán desarrollados en cinco etapas, de las cuales están construidas las dos primeras con un total de 9 edificios.¹

2.1.1. Misión, visión y organigrama

- Misión

La Universidad Pontificia Bolivariana tiene por misión la formación integral de las personas que la construyen, mediante la evangelización de la cultura, en la búsqueda constante de la verdad, con procesos de docencia, investigación y servicios, reafirmando los valores del humanismo cristiano, para bien de la sociedad.

- Visión

La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como visión, ser una institución católica de excelencia educativa en la formación integral de las personas, con liderazgo ético, científico, empresarial y social al servicio del país.

- Organigrama

Gran Canciller de la UPB
MONSEÑOR ALBERTO GIRALDO JARAMILLO
Arzobispo de Medellín

Canciller UPB-Bucaramanga
MONSEÑOR VÍCTOR MANUEL LÓPEZ FORERO
Arzobispo de la Ciudad

Rector General
MONSEÑOR LUIS FERNANDO RODRIGUEZ VELÁSQUEZ

Rector UPB-Bucaramanga
MONSEÑOR PRIMITIVO SIERRA CANO

Vicerrector de Pastoral
Padre FRANCISCO VARGAS PIESCHACON

¹ HOME, Universidad Pontificia Bolivariana, seccional Bucaramanga [en línea] [Consultado el 2 de marzo del 2007], Disponible en <<http://www.upbbga.edu.co/nuestraupb/historia.html>> el Bucaramanga. 2007

Vicerrector Académico
Dr. LUIS FELIPE CASAS RAMIREZ

Vicerrector Administrativo y Financiero
DRA. ELSA BEATRIZ GUTIÉRREZ NAVAS

Secretario General
Dr. CARLOS AUGUSTO MORA GONZALEZ

Decano Escuela de Ingeniería y Administración
Dr. SAMUEL MONTERO VARGAS

Decano Escuela de Ciencias Sociales
Dr. RAÚL JAIMES HERNÁNDEZ

Decano Escuela de Derecho y Ciencias Políticas
Dr. GERARDO MANTILLA MANTILLA

Jefe de Planeación
Dr. LUIS ALFONSO DIAZ NIETO

2.2 El Centro de Producción Audiovisual

El Centro de Producción Audiovisual (CPA) de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga ha sido creado para brindar cobertura audiovisual a los actos académicos e institucionales organizados por la Universidad, cubrir las noticias que surjan dentro de la misma, mostrar los avances en investigaciones y los logros académicos, así como para elaborar videos internos y externos de mayor producción a nivel regional.

El CPA nace en el segundo semestre del año 2006. Este se crea con el fin de contribuir, a través de proyectos audiovisuales, a la divulgación del desarrollo académico, promoción de la cultura y la labor social de la Universidad.

Al interior del Centro se prestan servicios de producción audiovisual (preproducción, producción y postproducción), donde se realizan piezas comerciales, videos institucionales, y se realiza un programa de televisión titulado UPB Noticias.

2.2.1 Misión

Contribuir a través de proyectos audiovisuales a la divulgación del desarrollo académico, promoción de la cultura y labor social de la universidad pontificia bolivariana. Así mismo prestar servicios audiovisuales al público externo con concepto audiovisual, creatividad y profesionalismo.

2.2.2 Objetivo

El objetivo del CPA es contribuir, a través de proyectos audiovisuales, a la divulgación del desarrollo académico, promoción de la cultura y la labor social de la Universidad.

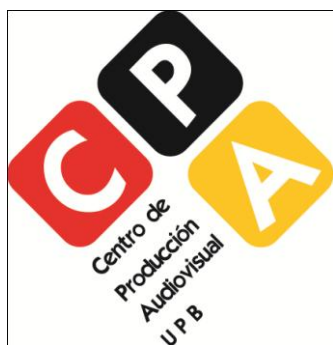
2.2.3 Funciones

Brindar cobertura audiovisual a los actos académicos e institucionales organizados por la Universidad, con la finalidad de realizar un resumen de los mismos en vídeo, para transmisión en el circuito cerrado de televisión o como nota para los canales regionales.

2.2.4 Símbolos

Logotipo CPA

(Símbolo diseñado por el pasante Juan Crisanto García Perea, bajo la supervisión del docente Fidel Sánchez)



Bandera UPB

(Diseño realizado por la Universidad Pontificia Bolivariana)



Escudo UPB

(Diseño realizado por la Universidad Pontificia Bolivariana)



3. REFERENTE CONCEPTUAL

3.1 Principios de la imagen

Desde un principio la modernidad privilegió la imagen y centró su cultura en lo visual con apoyos llegados de los avances tecnológicos y el crecimiento de la técnica sobre la ciencia. Para teóricos como Román Gubern resulta necesario acudir a la historia y el factor de diferenciación que tuvo la imagen en cada uno de los momentos históricos de la humanidad.

Gubern afirma en su obra *“Del bisonte a la realidad virtual”* que la preocupación de occidente por las imágenes ha estado dominada por dos divergencias intelectuales. “Por una parte, por la voluntad de perfeccionamiento cada vez mayor de su función mimética, por la exaltación de la capacidad ostensiva de la imagen como copia fidelísima de las apariencias ópticas del mundo visible, en una ambición que termina en el hiperrealismo de la realidad virtual”².

La segunda preocupación, en contraste con la primera, tiene que ver con “otra tradición no extinguida de la imagen críptica, como símbolo intelectual y laberinto, una tradición hermética cultivada por el simbolismo del arte paleocristiano, por los alquimistas, por las sociedades secretas y por los códigos pictográficos de muchos profesionales actuales que constituyen verdaderos sociolectos icónicos cerrados de estas nuevas hermandades profesionales”³.

Es fundamental aclarar el papel que la imagen ha tenido en el desarrollo social. En el análisis de Gubern, para quienes plasmaron las imágenes en las cavernas de Altamira hace más de 30 mil años, no era importante la individualidad, sino la categoría a la que pertenecía el sujeto.

Según la idea de Gubern, cada imagen a través de la historia y con sus factores de tiempo, espacio geográfico y factor social, muestra aspectos de la cultura de esa civilización, tanto en códigos de significado, como de representación.

Desde la invención de la fotografía y el cine, durante el siglo XIX, estas formas de expresión del hombre han constituido un reflejo de la sociedad, al crear con sus representaciones valores y estereotipos aceptados y venerados socialmente por los individuos.

² GUBERN, Roman, *Del bisonte a la realidad virtual*. Editorial Anagrama. Barcelona, España 1996. Pág. 8

³ *Ibíd.*, p. 8

3.2 Historia de la Televisión

La prehistoria de la televisión abarca un amplio período que se extiende, aproximadamente, desde finales del siglo XIX hasta 1935. Durante este período algunos investigadores de los países de EEUU, Gran Bretaña, Francia y Alemania buscaron transmitir imágenes a distancia como ya se había logrado con el sonido; se trataba de captar imágenes utilizando una cámara, transmitir esas imágenes a través del aire y recibirlas en un aparato receptor que se encontraba a cierta distancia, valiéndose de ondas hertzianas de alta frecuencia.

Para poder desarrollar estos procesos la televisión depende de la conjunción de tres series de descubrimientos:

- **La fotoelectricidad** (capacidad de ciertos cuerpos de transformar energía eléctrica en energía luminosa).
- **Procedimientos de análisis de fotografías transformadas** (en líneas de puntos claros u oscuros).
-
- **Las ondas hertzianas** (para la transmisión de las señales eléctricas correspondientes a cada punto de una imagen).

En el año en que el sueco Berzelius descubrió el elemento químico del Selenio, años más tarde se supo que este componente produce una serie de electrones cada vez que hay un contacto directo con la luz. Esto dio origen a la fotoelectricidad, principio fundamental de la televisión⁴. G.R Carey, inventor norteamericano, elaboró un sistema de televisión rudimentario mediante el sistema que se conoce hoy como “célula fotoeléctrica”.

Este consistía en un grupo de fotocélulas conectado por alambres a unas lámparas eléctricas. Un lente se enfocaba sobre una escena o la imagen de algún objeto en el grupo de las fotocélulas, las cuales regulaban la cantidad de electrones que pasaba a la lámpara eléctrica correspondiente y producían una imagen poco fiable del objeto.

Pero fue gracias al esfuerzo de simplificar el procedimiento de Carey que Pablo Nipkow inventó en 1884 el disco analizador de imágenes, el cual permitía mejorar la calidad de imagen y ahorrar en andamiaje y estructura.

El invento consistía en un disco metálico delgado, provisto de una serie de perforaciones dispuestas en espiral, las cuales mediante un pequeño motor, cada una produce una franja de luz que parte del objeto hacia la fotocélula.

⁴ BRITANNICA, Encyclopaedia. Enciclopedia BARSÁ. Encyclopaedia Editores. Buenos Aires – Chicago – México, 1964, pág. 145.

Ya hacia 1920 surgen los dos primeros modelos clarificados de televisión: por un lado, la *televisión mecánica*, por otro, la *televisión electrónica*.

3.2.1 Televisión Mecánica

Fue el primer modelo en funcionar; se basó en el disco de Nipkow mediante el cual una imagen era explorada mecánicamente por un haz luminoso que repercute en una celda fotoeléctrica produciendo una corriente eléctrica variable.

3.2.2 Televisión Eléctrica

Se basó en el inoscopio (un aparato capaz de “traducir” imágenes en señales electrónicas), creación del científico ruso-norteamericano **Vladimir Zworykin** trabajando en la compañía estadounidense *Radio Corporation of America (RCA)* hacia finales de 1930.

3.2.3 1950 - 1959

Los años 50 fue la década del gran salto de la televisión en el mundo, puesto que es entonces cuando los servicios regulares de televisión se extendieron gradualmente por las grandes urbes del mundo. Aparece el color, con los sistemas NTSC y PAL y el encanto de la televisión comienza a causar furor en la mayoría de las culturas.

3.3 Historia de la Televisión en Colombia

La idea de iniciar el proceso de transmisión de imágenes en Colombia se produjo desde 1936, cuando el entonces capitán Gustavo Rojas Pinilla viajó a Berlín como agregado de una misión para comprar municiones a raíz de la guerra con el Perú.

Fue en Alemania donde conoció todo acerca de este último invento y guardó en su cabeza la inquietud y el sueño de traer la televisión algún día al país. Y no pasó mucho tiempo para que se cumpliera esa ilusión, pues cuando tomó la presidencia, en 1953, Rojas inició inmediatamente labores para hacer realidad este sueño: “En el boletín de Programas de la Radiodifusora Nacional de esa fecha se lee que uno de los principales actos con los que se va a conmemorar el primer aniversario de la histórica fecha del 13 de junio, será la presentación, por primera vez en Colombia, de programas de televisión”⁵.

El primer escollo para posicionar la televisión en Colombia era el arrugado y montañoso territorio del país bolivariano. Era una labor de titanes que fue encomendada a Fernando Gómez Agudelo, director de la Radio Difusora Nacional, quien con tan sólo 22 años, asumió el proyecto de irradiar una señal homogénea por todos los rincones del país a través de unas antenas ensambladas por la empresa alemana Siemens.

“Con una inversión cercana al millón de pesos, la televisión colombiana se inicia con un transmisor construido en Alemania por la Siemens y los demás equipos fabricados por la casa Dumont de los Estados Unidos. Desde los tradicionales estudios de San Diego, aledaños a la Biblioteca Nacional, se enviaban las señales a la azotea del hospital militar a través de unas microondas de siete mil megaciclos”⁶.

Sin embargo no bastaba con los aparatos emisores y las maromas que tenían que hacer los ingenieros de la Siemens para instalar las antenas por el hostil territorio nacional. También los televidentes tenían que hacer todo tipo de parapetos para conseguir el dinero y poder comprar los aparatos receptores.

Con toda esta unificación de esfuerzos nació la televisión en Colombia y la primera emisión bosqueja el paisaje que tendrá este medio de comunicación masivo por años en el país.

“Después del himno nacional vinieron las palabras del general Rojas Pinilla desde el palacio presidencial, seguido por un noticiero internacional, un recital de la música clásica, un film documental y la primera producción nacional: *El niño del pantano*.

⁵ OROZCO, Guillermo, *Historias de la televisión en América Latina*. Editorial Gedisa, Barcelona, España 2002, p. 117.

⁶ *Ibid.*, p.118

A todo ello seguirá una película, un *sketch* cómico original de Álvaro Monroy interpretado por Los Tolimenses, una película con colombianos en Nueva York, un recital de danzas folclóricas y el cierre nuevamente con el himno nacional”⁷

Según Germán Rey, autor del ensayo “La televisión en Colombia”, hubieron seis tendencias que definieron la historia de la televisión colombiana⁸ y que resumidas comprenden:

- La naturaleza estatal y su forma propagandística
- La tensión entre lo comercial y lo cultural
- Modificaciones estructurales relacionadas con las dos tendencias anteriores
- Evolución de los géneros
- Exploración a la audiencia y conformación de los públicos
- Variación a causa de la tecnología y los nuevos formatos

3.3.1 Televisión regional y lo público

Desde el inicio, la televisión colombiana ha tenido cambios sustanciales, como la cobertura nacional con dos canales públicos y, en 1985, la puesta al aire del primer canal regional del país. “Su aparición significó varios avances para la televisión. Por una parte, se descentraliza el panorama televisivo centrado por décadas en Bogotá y por otra, se empieza a desarrollar la industria televisiva en las regiones”⁹.

Todo esto empujaría de manera contundente el desarrollo de la televisión nacional. El promover por todos los rincones del país la industria televisiva a través de la participación de pequeñas y medianas empresas productoras, nuevos actores, libretistas y demás factores que rodean la producción audiovisual, hizo que se conocieran nuevas percepciones de la realidad colombiana.

“Lo más importante fue el acrecentamiento de las posibilidades expresivas de la región que hasta entonces o habían pasado por el filtro bogotano, marcado por años de tradición centralista, o definitivamente habían permanecido invisibles, en un país en donde las regiones tenían un papel débil y opaco”¹⁰.

Fueron las transformaciones expresadas en distintas décadas las que dieron las pautas de la evolución de la televisión colombiana, incluyendo entre las últimas, la aparición de la televisión internacional, el posicionamiento de los canales nacionales privados y la heterogeneidad individual de los programas partiendo de los gustos particulares de diversas audiencias.

⁷ OROZCO, Op.cit., p. 118

⁸ *Ibíd.*, p. 120

⁹ *Ibíd.*, p. 130

¹⁰ *Ibíd.*, p. 130

Partiendo del hecho que la televisión de servicio público “es aquella, donde independientemente de la voluntad de los anunciantes y de la dictadura de los índices de sintonía, cabe el país en toda su diversidad étnica, cultural geográfica, lingüística, educativa y religiosa”¹¹, lo regional es la mejor forma de acercarnos a hacer una televisión incluyente y propia con nuevos lenguajes.

Los canales regionales y sus espacios deben ser el motor que oriente la pluralidad del concepto de identidad y sus avatares en cada una de las plazas artísticas y televisivas, con nuevas propuestas y nuevas miradas que nos identifiquen y nos acerquen como miembros de un colectivo.

La sociedad contemporánea sabe a ciencia cierta que la televisión puede moldear a cualquier comunidad, dentro de unos parámetros que le permitan desarrollar logros positivos en el establecimiento de temáticas formativas, educativas, culturales y recreativas.

Desde un nivel regional, nuestros canales se han venido posicionando en tales aspectos; sin embargo, la inexperiencia, los criterios de producción, los objetivos definidos y el carácter público, son, entre otras cosas, los obstáculos más visibles con los que tiene que lidiar la producción local.

Este último es el gran desafío de la televisión regional y por el cual los canales regionales no encuentran y ejecutan de manera clara y certera su deber ser. El desarrollar plenamente su carácter de público debe ser un escenario “donde todos tengan presencia y voz, donde adquieran visibilidad muchos hombres, mujeres, jóvenes, niños y niñas colombianos”¹².

Además de esto, se le debe adicionar la complejidad del concepto de región, el cual por su dimensión semántica, incluye aspectos culturales, sociales, económicos y territoriales¹³.

Es así como la televisión regional puede combatir el carácter homogenizador de la televisión privada e internacional con un lenguaje autónomo, independiente, vivaz, creativo y público y convertirse en la primera opción para la ciudadanía en cuanto a medios de comunicación masivos y su forma de expresión.

Sólo con la puesta en común de los imaginarios de la región, escuchar las voces de los no escuchados y promulgar una televisión verdaderamente pública con nuevos espacios para la ciudadanía, se alcanzan los objetivos de la televisión regional.

En el caso particular del canal regional de los santanderes, Canal TRO (Televisión Regional del Oriente), se inició un proceso de mejoría desde hace

¹¹ COMISIÓN, Nacional de Televisión. Televisión Pública Regional: realidad y futuro. Ediciones Televisión y Educación, colección 4, Bogotá, 1998, pág. 12.

¹² *Ibíd.*, p. 28

¹³ *Ibíd.*, p. 29

unos años en aspectos de forma, como aplicación de nuevas tecnologías; sin embargo, los contenidos y las formulas con las que se debe construir una verdadera televisión pública y regional aún están en veremos dentro del Canal.

Sus principales productos audiovisuales no buscan en sus contenidos impulsar una televisión pública, y se limitan en su mayoría, a desarrollar magazines, con bajos costos de producción y sin ningún acercamiento real a la ciudadanía. Así, la producción se caracteriza por las grabaciones en estudio, la poca investigación de campo y el limitado personal para cada rol.

Además, los programas enfocados a hacer cultura son inexistentes, dejando a un lado una búsqueda de identidad y la aplicación de los parámetros de una televisión pública al servicio de la comunidad.

Con este panorama, la academia debe empezar a formular propuestas que conlleven una responsabilidad a la hora de estipular criterios de producción que ubiquen un estándar en pro de lo público y regional en cada uno de los procesos que requiere la realización de televisión del TRO.

3.3.2 La universidad televisiva

Según Omar Rincón, los centros de medios de las universidades en Colombia “se han considerado como un ámbito práctico, que ofrece servicios técnicos, y nunca han adquirido el lugar de la reflexión expresiva, la creación teórica, la propuesta de innovaciones y la posibilidad de experimentación audiovisual”¹⁴.

No más cabe mencionar los ejemplos de la ciudad de Bucaramanga, en donde los centros de producción audiovisual han adquirido de manera morronga una función primaria y práctica llevada al servicio de despacho y mantenimiento de equipos y no cumplen ningún papel con el carácter público, cultural y educativo que debe tener la televisión realizada por la academia, que por ese sólo hecho, tiene mayor responsabilidad en la actividad esencial de construir ciudadanía a partir de sus productos y propuestas televisivas.

Este enfoque erróneo se viene realizando desde que las universidades empezaron a contemplar dentro de su institucionalidad la vinculación de los grandes medios de comunicación como la radio y la televisión. La universidad pionera de esto fue la Pontificia Javeriana¹⁵ de Bogotá, con la creación de su Centro de Medios Audiovisuales en 1977.

En el estudio que Rincón le hace al Centro de Medios Audiovisuales se demuestra cómo éste desde su inicio no busca construir contenidos en pro de

¹⁴ RINCÓN, Omar, Nuevas tecnologías aplicadas a la televisión superior, tomo 4, Radio y televisión en la universidad. Editorial ICFES, 1995, Bogotá – Colombia, Pág. 42.

¹⁵ *Ibíd.*, p. 33

la comunidad, lo público y educativo, sino que se convertir en una productora de televisión y video¹⁶.

Este modelo se replica en las diferentes universidades del país y sus centros especializados en la producción audiovisual. Con ello, podemos deducir que aún no se tienen claros los objetivos que debe tener la academia entorno a la televisión y los auténticos proyectos que debe afrontar las universidades.

Un verdadero lineamiento que convoque una universalidad entre medios de comunicación y educación, específicamente en la educación superior, y su multiplicidad en conceptos como cultura, comunidad, civismo, identidad, etc., debe ser el paso a seguir para que la televisión en las universidades cumpla papeles relevantes en la construcción de sociedad.

Para Omar Rincón, las universidades pueden seguir prestando los servicios con los cuales nacieron; sin embargo, es necesario y urgente que la academia se apersona de diversos procesos para desarrollar una televisión más ciudadana, pública y cultural.

Es fundamental que “el objetivo primordial y único de los centros de medios en cada universidad sea el de desarrollar modelos de tv/video universitaria tanto en sus contenidos y lenguajes, como en su organización e inserción social”¹⁷.

Con ello, las universidades deben fundar nuevos espacios televisivos con criterios de realización como la investigación, la inclusión social, la experimentación, los diseños de producción y lo cultural y educativo no como emisores, sino como creadores de nuevas formas de expresión y entendimiento.

Ese es el nuevo rol que deberán tratar de adoptar los centros de producción de las universidades Pontificia Bolivariana, Autónoma de Bucaramanga, Santo Tomás de Aquino, Industrial de Santander y demás instituciones que les interese la televisión. Pasar de la etapa de magazines publicitarios a la creación de verdaderos modelos televisivos para la ciudadanía es la empresa a desarrollar en los años siguientes.

¹⁶ RINCÓN, Op.cit., p. 39

¹⁷ Ibíd., p. 43

3.4 ¿Cómo hacer una propuesta para televisión?

La génesis de un proyecto está marcada ante todo por el desarrollo de una idea inicial que abarca una visión generalizada de lo que se quiere hacer. Esta representación naciente debe orientar cada uno de los procesos de preproducción, producción y postproducción y demás factores a intervenir en una producción audiovisual como son:

- El título del proyecto
- Tema
- Horario y duración
- Público al que va dirigido
- Mercado posible
- Costos
- Personal
- Locación
- Síntesis de un capítulo
- Detalle de donde se encuentra la rentabilidad
- Responsables, autores, productores

Son estos principios esenciales los que se trabajan en cualquier producción de programas de televisión, además de otros a tener en cuenta según el teórico audiovisual Gerald Millerson, a lo que él llama “una visión de conjunto”¹⁸.

Según Millerson, los factores¹⁹ a tener en cuenta en esa visión de conjunto son:

- Organización
- Planificación
- Contenido
- Rodaje
- Cámaras
- Fotografía
- Grabación en video
- Fuentes adicionales de imagen
- Sonido
- Iluminación
- Escenografía
- Maquillaje y vestuario
- Edición
- Audio

Para el rediseño del modelo del programa informativo “UPB NOTICIAS” se contaba con la base que era un producto audiovisual que buscaba mantener

¹⁸ MILLERSON, Gerald, Realización y producción en televisión. Editorial Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE, Madrid, España 2001, p. 05.

¹⁹ *Ibíd.*, p. 05 al 09.

informado a la comunidad bolivariana de Bucaramanga sobre los acontecimientos que ocurrían semana a semana en la Universidad.

Sin embargo, la mayoría de los factores de la producción anteriormente identificados no eran claros y fue necesario someter a una prueba de contenido al informativo “UPB NOTICIAS” en una de sus emisiones²⁰ para saber con qué se contaba.

3.4.1 Análisis de “UPB Noticias” en sus primeras emisiones

Para el análisis de contenido fue necesario una previa contextualización del programa a partir de:

- El CPA
- El circuito interno de la UPB
- Noticiero UPB Noticias
- Presentadora Pamela Eljach
- Equipo de realización “UPB Noticias”

EI CPA:

El Centro de Producción Audiovisual de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, nació en el segundo semestre del año 2006 con el objetivo de ser una empresa líder en la realización de videos comerciales, institucionales y apoyar en la formación de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, además que en la creación de productos audiovisuales internos que reflejen la cultura bolivariana.

El circuito interno de la UPB:

Creado en el año 2003, fue un circuito interno de televisión diseñado para emitir información textual con el fin de informar a la comunidad bolivariana. Desde el 2006 sirvió para la proyección de diversos videos, realizados en un principio por la facultad de Comunicación Social – Periodismo, a través de sus estudiantes y luego por medio del CPA.

Noticiero “UPB Noticias”

Producto audiovisual creado en el año 2006, es un informativo institucional que busca informar a la comunidad bolivariana de los hechos más importantes ocurridos quincenalmente en el campus UPB de la seccional Bucaramanga. En el año 2006 se realizaron 2 emisiones.

²⁰ Ver carpeta ANEXOS, número 1

Presentadora Pamela Eljach

Estudiante de 4 semestre de Comunicación Social - Periodismo (en ese entonces), quien presentaba el noticiero, sin ninguna experiencia en presentación, ni muchos ensayos.

Equipo de realización “UPB Noticias”

A la cabeza de la recién graduada Comunicadora Social – Periodista Silvia Chaparro, el equipo lo conforman en el año 2006 dos pasantes; Carlos Ayala y Jazmín Rodríguez; y estudiantes de la Facultad. Luego en el 2007, es relevada de su cargo Silvia Chaparro, por los pocos resultados alcanzados, y su lugar lo toma el realizador audiovisual Fidel Sánchez, quien hasta la fecha ha dirigido el CPA.

Luego de tener claro este contexto, se empezó a hacer el análisis bajo una metodología de variables tenidas en cuenta a la hora de realizar contenidos de televisión.

Análisis de contenido

El seguimiento de la información fue sobre las dos emisiones. Se analizó las notas periodísticas, las presentaciones, el estilo, estética y narrativa audiovisual. Para eso, las variables a tener en cuenta son:

- Jerarquización de las notas
- Duración de la notas
- Estilo visual y narrativo de la notas
- Género de la nota
- Planos de la nota
- Autor de la nota
- Características de la nota
- Fuentes de la noticia
- Público interesado en la nota
- Tema destacado en la nota
- Tipo y estilo de la presentación
- Locaciones de la presentación
- Fluidez y calidad de la presentación
- Coherencia del noticiero
- Estética y narrativa del noticiero

Los resultados arrojados del análisis del programa “UPB NOTICIAS” fueron que se tenía la idea de un informativo institucional para un público interno, pero que no tenía claro ítems como el horario y la periodicidad, los contenidos, los

costos, la duración del mismo, el personal, la organización, la planificación, y mucho menos detalles con la parte técnica como la iluminación, fotografía, narrativas, sonido, etc.

Test de contenido informativo UPB Noticias

Organización: No están claros los roles y funciones dentro del programa. Existe improvisación y falta de tiempo, sin tener claro una parrilla de contenidos.

Planificación: No están definidos los criterios de producción, no hay guiones y propuestas para temas. No existe nada de planificación en la elaboración del programa

Contenido: No existe un orden establecido en las temáticas del programa. Todo es aleatorio y la estructura interna del programa está basada en la improvisación. Las notas periodísticas y las presentaciones no tienen un orden estético ni narrativo.

Rodaje: No existe un plan de rodaje, todo es basado en el día a día en lo que primero salga.

Cámara y técnica: Hay notables falencias en el uso de la estética de la imagen y en el manejo del aparato tecnológico. No existe una narrativa ni un estilo audiovisual definido. Los operadores de cámara tienen desconocimiento de principios básicos de camarografía como encuadre, movimientos e intención.

Fotografía: Para nada existe un concepto estético entorno a la imagen, ni mucho menos a la luz y sus componentes dentro del plano. No hay una identidad visual ni una propuesta y por el contrario existen sendas falencias en ítems como composición, contraste, luminancia, crominancia, intensidad, etc.

Grabación en video: Hay un desconocimiento de las capacidades que tiene el video y sus fuentes de creación dentro de una propuesta.

Fuentes adicionales de la imagen: No existe una preocupación por los grafismos y el diseño gráfico del programa,

Sonido y audio: Aunque hay buenas capturas, no hay un diseño sonoro que debe concebir una propuesta de tipo audiovisual. Narrativamente no hay nada. La musicalización no es la más adecuada. Pareciera que Silvia Chaparro puso la música que le gusta a ella y no la más efectiva al programa.

Iluminación: No existe.

Escenografía: Aunque para las presentaciones se quiere manejar un concepto minimalista, no funciona y es incoherente al resto del contenido del programa. No hay búsqueda de locaciones ni preocupación por la parte estética. Mucha improvisación.

Maquillaje y vestuario: No existe

Edición y montaje: Hay ciertos recursos técnicos, pero no existe una propuesta de montaje que es lo más importante a la hora de la posproducción de un producto audiovisual.

Con estos resultados y lo que se llevaba avanzado del programa en administraciones anteriores del Centro de Producción Audiovisual y la nueva propuesta para fortalecer el informativo, se empezó desde la recién instalada administración encabezada por el realizador audiovisual Fidel Sánchez y los pasantes en comunicación social – periodismo Oscar Vega y Juan Crisanto García, a trabajar en el REDISEÑO DEL MODELO DEL PROGRAMA INFORMATIVO “UPB NOTICIAS”.

3.4.2 La idea del programa

La idea del programa, o en este caso, el fortalecimiento de la idea se originaron a partir del fundamento original de las dos primeras emisiones del programa “UPB NOTICIAS”. Este era la de un programa de carácter informativo que hablaba sobre la comunidad bolivariana, de emisión ocasional y sin ninguna identidad audiovisual.

Para fortalecer la idea principal se piensa el programa como un espacio informativo que sirva para abordar distintos temas de actualidad de la comunidad bolivariana en la seccional Bucaramanga. Se plantea como un programa de temática noticiosa desde una óptica totalmente seria, rigurosa pero con una agilidad en las imágenes y una narrativa dada hacia el reportaje televisivo.

Los distintos temas que se tratan en *UPB NOTICIAS* son analizados de manera noticiosa a partir del testimonio directo de acciones espontáneas que explica con imágenes, palabras y sonidos, y desde una perspectiva actual, historias vividas por personas relacionándolas con un contexto universitario.

Los distintos temas que se tratan en “*UPB NOTICIAS*” son analizados de manera periodística al utilizar una pluralidad en fuentes de información para obtener un programa contrastado y rico en información que oriente e informe a sus televidentes.

3.4.3 Características del programa

Luego de plantear la idea se busca la estrategia más adecuada para iniciar con el proyecto y definir las características que llevará el programa²¹ en sus próximas emisiones (igualmente, si es necesario, habrán cambios en el camino) como lo son el título, tema (contenidos), horario y duración, público al que va dirigido, mercado posible, costos, personal, locaciones, síntesis de un capítulo, detalle de donde se encuentra la rentabilidad y responsables (autores, productores).

²¹ Ver carpeta ANEXOS, número 2

- **Título:**

Para establecer el nombre del programa, primeramente se pensó en cambiarlo, pero por cuestiones de recordación de la marca y posicionamiento, era más fácil seguir manejando el título con el que nació el proyecto, “UPB NOTICIAS”, que aunque fuera poco, ya tenía una recordación entre la comunidad bolivariana, que empezar de cero con un nuevo nombre.

- **Tema (contenidos):**

Por tratarse de un informativo noticioso, se desarrolla a partir de capítulos individuales sin ninguna conexión a manera de episodios. La estructura del programa tiene presentaciones y la emisión de notas informativas de lo más importante que aconteció dentro de la Universidad. La jerarquía del orden de las notas se basa en el carácter noticioso de cada una de ellas y en el factor democrático de su importancia para la comunidad bolivariana, dando prioridad en el programa a la más importante y valor secundario a la menos primordial. Dentro de estas notas se manejan temáticas diversas que tienen que ver con el mundo académico, religioso, científico, social, cultura, recreativo, institucional, político y moral, tanto interno como externo a la universidad. Además de las notas informativas, existe un modelo de cápsulas informativas que busca fortalecer los valores de institucionales de la Universidad.

*Presentaciones*²²: Realizadas por estudiantes de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, las presentaciones tienen como objetivo, además de darle un orden al programa, introducir al espectador en cada uno de los temas que abordan las notas periodísticas presentadas en cada una de las emisiones. Éstas se realizan en ambientes cotidianos del campus y en el estudio de fotografía con unos valores técnicos en fotografía y audio. Con un lenguaje sencillo, pero sin caer en la informalidad, las presentaciones dan un abrebocas al espectador y muestran parte de la información, que luego la nota tratará con más detalle.

*Notas informativas*²³: Con una duración de máximo cinco minutos, es el plato fuerte del contenido del informativo. En ellas se cuenta con carácter noticioso qué es lo que está aconteciendo con nuestra comunidad bolivariana desde un enfoque no solamente académico, sino religioso, científico, social, cultural, recreativo, institucional, político y moral, tanto interno como externo a la universidad. La estructura de las notas parte del principio de la entrevista, en donde se busca informar a partir del desarrollo espontáneo del directamente relacionado con el

²² Ver carpeta ANEXOS, número 3

²³ Ver carpeta ANEXOS, número 4

hecho y en donde el periodista ocupa un lugar secundario, ya que en lo posible se busca omitir interpretaciones del reportero por medio de su voz en off o apreciaciones subjetivas de los temas tratados. En este estilo narrativo es importante, además del testimonio veraz de cada uno de los entrevistados, la pluralidad en las fuentes y las imágenes y los audios que acompañan a cada una de las notas.

*Cápsulas informativas*²⁴: Con una duración de máximo tres minutos, tienen el objetivo, además de profesar valores de la universidad, de refrescar el contenido total del programa. Estas cápsulas tienen un carácter propagandístico, para el cual se busca reflejar los valores del humanismo cristiano que profesa la universidad a través de la muestra de actividades y eventos en donde el ser humano no sólo necesita de conocimientos científicos para su formación, sino profesando una educación integral, una búsqueda de valores de comportamiento dentro de la sociedad. El modelo de capsulas audiovisuales propende por tomar estrategias de la propaganda e insertarlas en su narrativa. El intentar convencer, inclinar la opinión general hacia los valores internos de la institución y generar conciencia, son unos de los objetivos que se busca con estas capsulas.

- Horario, duración y número y condiciones de emisión

Para el programa “UPB NOTICIAS” se estableció el horario de martes a las 12 P.m. con repetición ese mismo día a las 5:30 P.m. y el jueves en los mismos horarios. Por el flujo de información manejada en la institución se acordó que el informativo tuviera una periodicidad quincenal y una duración por emisión de media hora (30 minutos), siendo ese espacio suficiente para cubrir las necesidades de información.

Para el número de emisiones no se acordó la cantidad de ellas, simplemente que se le iba a dar continuidad por el periodo que durara la pasantía, es decir, durante seis meses, logrando así la producción de 10 programas. La emisión de cada uno de los programas se realizó por el circuito interno de televisión que existe en la Universidad y que llega a diversos puntos estratégicos del campus como lo son las cafeterías y los corredores entre los salones. La señal llegaba por coaxial y quincenalmente el informativo era emitido a través de un master en MINIDV.

- Público al que va dirigido (audiencia)

El telespectador ideal de este programa son los estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana, los docentes y los administrativos, con una educación

²⁴ Ver carpeta ANEXOS, número 5

media-alta e interesados en conocer los acontecimientos más importantes de la comunidad bolivariana. Es importante que ellos se sientan identificados con el informativo y se vean reflejados para lograr captar su atención respecto al programa de media hora.

- **Mercado posible**

El mercado posible son los estudiantes de últimos niveles de bachillerato y padres de familia, quienes son el sustento educativo y financiero de cualquier universidad privada. Se proyecta que en unos años el noticiero “UPB Noticias” salga al aire en la región del oriente colombiano, o al menos, en el área metropolitana de Bucaramanga.

- **Relación de los programas a emitir**

Como se explicó anteriormente, cada uno de los programas no manejará un tema central o dossier, sino entre todas las informaciones que se constituyen quincenalmente en la Universidad, se desarrollará el informativo, dándole importancia a la noticia con más repercusión para los intereses de la comunidad bolivariana.

- **Contenidos del programa**

El programa se inicia con la bienvenida de la presentadora, quien da paso a la nota de mayor importancia en el programa. Ella deberá dar una imagen seria y formal, pero a la vez juvenil, para establecer una relación con uno de los públicos objetivos: los estudiantes, el cual está en el rango de edad de 15 a 25 años. Por ello, hay que buscar una presentadora que mantenga la atención del público y que con su simpatía conduzca de manera ordenada y espontánea el informativo.

Tras la presentación del programa por la presentadora, llegan las notas informativas. La presentadora llevará el hilo conductor del programa y el orden de proyección de las notas con textos de presentación que darán un abrebocas al contenido de las mismas.

Habrán tres cortes virtuales, es decir, tres bloques de información. En cada uno se presentarán de una a dos notas. Esta partición del programa se realizará por

intermedio de las cápsulas informativas, las cuales tendrá el papel de los comerciales, pero a nivel propagandístico, con cortes entre cada uno de los bloques de dos minutos aproximadamente.

- Esquema resumen de uno de los programas (Emisión # 6)

El programa girará en torno a tres bloques virtuales separados por dos cortes propagandísticos. El primero será el de introducción. En él, la presentadora iniciará la presentación del informativo y dará paso a las primeras dos notas que conforman el contenido total del programa. Luego se da paso a la primera cápsula informativa, que no lleva presentación.

El segundo bloque, la presentadora sigue conduciendo el programa y nos muestra las siguientes dos notas, para luego pasar al tercer bloque con la segunda cápsula informativa y la presentación de la última nota. Finalmente, la presentadora despide el programa y da paso a los créditos finales de los realizadores del informativo.

Un ejemplo completo de escaleta de lo que vendría a ser el desarrollo de cada programa sería el siguiente:

Noticiero UPB NOTICIAS – Emisión # 6 (10 de abril del 2007)
Duración: 23 minutos
Formato: MINIDV
Director: Fidel Sánchez

#	NOMBRE DE LA SECUENCIA	LOCACIÓN	LUZ	PERSONAJES	DESCRIPCIÓN
1	Cabezote de inicio				Logo del noticiero y cabezote musicalizado con el copy
2	Saludo inicial de la presentadora y entradilla de la primera nota periodística	Cafetería campestre UPB	Natural	Presentadora Pámela Eljach	La presentadora con un vestuario formal da inicio al noticiero saludando a los televidentes en un exterior de la Universidad
3	Nota periodística sobre el nuevo software diseñado por Bienestar Universitario	Oficinas Universidad	Natural y artificial	Administrativos de la UPB	En una nota de menos de 5 minutos, conocemos el nuevo software ideado para mejorar el trabajo de los administrativos de la UPB.
4	Entradilla de la	Cafetería	Natural	Presentadora	La presentadora

	presentadora a la nota del robot Paco	campestre UPB -		Pámela Eljach	muy amablemente resume la importancia de este robot para la comunidad bolivariana.
5	Nota periodística sobre el robot humanoide Paco	Salones, laboratorios y exteriores de la UPB	Natural y artificial	Profesores y estudiantes	La nota busca reflejar el talento de los estudiantes bolivarianos y su compromiso con el desarrollo tecnológico y el conocimiento.
6	Cápsula sobre las elecciones estudiantiles	Exteriores UPB	Natural	Estudiantes	La cápsula informativa de un minuto busca concientizar a los estudiantes sobre la importancia de votar
7	Entradilla de la presentadora a la nota del consultorio jurídico	Cafetería campestre UPB -	Natural	Presentadora Pámela Eljach	La presentadora de manera resumida nos presenta el nuevo centro jurídico abierto por la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas
8	Nota periodística sobre el consultorio jurídico	Oficinas salones Facultad de Derecho y	Artificial	Estudiantes, administrativos, directivos y profesores	La nota muestra la inauguración del nuevo centro de estudios de la Facultad de Derecho
9	Entradilla de la presentadora a la nota del encuentro de la familia bolivariana	Cafetería campestre UPB -	Natural	Presentadora Pámela Eljach	Pámela en tono amable e integrador nos resume las actividades realizadas por Bienestar Universitario
10	Nota periodística sobre la familia bolivariana	Exteriores, oficinas y salones del Campus	Artificial y natural	Estudiantes, administrativos, directivos y profesores	La nota muestra las actividades realizadas por Bienestar Universitario entorno a la integración bolivariana
11	Cápsula sobre "El bacán de los bacanes"	Exteriores UPB	Natural	Administrativos y estudiantes	La cápsula de dos minutos muestra la importancia de confiar en Jesús como amigo y refuerza las doctrinas del catolicismo judío - cristiano
12	Entradilla de la presentadora a la nota de COOMEB	Cafetería campestre UPB -	Natural	Presentadora Pámela Eljach	La presentadora hacen mención sobre la asamblea anual de esta cooperativa
13	Nota periodística sobre COOMEB	Oficinas COOMEB	Artificial	Administrativos	La nota de menos de tres minutos hace un resumen de lo que pasó en la asamblea anual de COOMEB

					realizada en el auditorio Juan Pablo II
14	Despedida de la presentadora	Cafetería campestre UPB	-	Natural	Presentadora Pámela Eljach
15	Cabezote de salida y créditos				Escudo de la UPB, del CPA y créditos de los realizadores del noticiero

- Costos:

Los costos del programa están representados específicamente en el presupuesto, pero se puede decir que el valor total que acarrea la elaboración de dos programas de UPB NOTICIAS en lo corrido de un mes equivale a SIETE MILLONES SETECIENTOS NOVENTA Y CINCO MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y OCHO MILLONES DE PESOS (**\$7.795.998**), representados en:

Preproducción: \$1.476.333
Producción: \$5.226.332
Posproducción: \$1.043.333
Promoción y emisión: \$50.000

3.4.4 Elementos que componen el programa

Existen unos elementos básicos que componen cualquier programa de televisión en cada una de las etapas de preproducción, producción y postproducción. Para ello se hace un bosquejo, “una visión de conjunto”²⁵, como llama a esto Millerson, para describir cada una de las unidades que componen el informativo como es el personal necesario, los requerimientos técnicos básicos, los escenarios, los elementos narrativos e identidad audiovisual del informativo, etc.

- Personal:

El personal que realiza UPB NOTICIAS está conformado por:

- Un director – productor de campo: se encarga de dirigir el programa en todas las etapas de producción
- Dos realizadores: cumplen labores periodísticas, manejo de cámara, luces y edición

²⁵ MILLERSON, Op.cit., p. 05

- Una presentadora: cumple labores de presentación

- **Material técnico básico:**

El equipo técnico imprescindible para ejecutar el programa es el siguiente:

- 1 cámara de video con tres CCD de 1/3, funciones manuales de velocidad, obturación, ganancia y entradas de audio profesionales (canon).
- 3 micrófonos profesionales con sus respectivos accesorios (boom, lavalier y dinámico)
- Un kit de luces de mínimo tres fuentes (Back light, fill Light y key Light)
- Un juego de filtros o gelatinas para las luces (CTB, difusor y ND)
- Un trípode de cabeza controlada
- Un kit para iluminación de exteriores (Papillon, Flex y trípodes)
- Un grip pequeño (cables canon, extensiones, convertidores, regletas, etc.)
- Cassetes MINIDV
- Un monitor portátil de visualización
- Audífonos
- DVDs
- Reproductor de DVD
- Un televisor
- Una consola mezcladora
- Dos islas de edición (monitores de video y audio, computadores, reproductores de MINIDV)

También hay que contar, si es posible, con el equipo habitual de una cabina de control de realización de audio medianamente acondicionada.

- **Locaciones (descripción):**

Las locaciones en donde se desarrollará UPB noticias son:

- Estudio de fotografía
- Totalidad del campus universitario
- Exteriores de la Universidad, si es necesario

En el estudio de fotografía se grabarán algunas de las presentaciones, las que se requieran, ya que el lugar es controlable en materia de sonido e iluminación. Para la producción de las presentaciones de “UPB NOTICIAS” es necesario un escenario de planta rectangular y de tamaño normal. Adentro debe haber una pared de color azul o blanco, liza, que esté detrás de la presentadora.

En la parte de arriba se situará ella de pie en una orientación frontal e inclinada hacia uno de los lados²⁶ para dejar un espacio en donde se montará una pantalla virtual, la cual proyecta constantemente las notas. La cámara estará

²⁶ Ver carpeta ANEXOS, número 6

situada en la parte inferior del escenario, con un emplazamiento no totalmente de frente, sino con una angulación de 30 a 45 grados respecto a la presentadora²⁷.

La escenografía es bastante simple. El fondo es una pared azul o blanca. La parte mayormente iluminada será la de la presentadora, quien tendrá una triangulación de luces con una principal, secundaria y un back.

Cuando las presentaciones se hagan en exteriores, dentro del campus universitario, se buscará una conexión del lugar escogido con el contenido del programa. Se usarán las mismas angulaciones de cámara y en materia de iluminación se usarán reflectores de luz como espejos, icopor, papel aluminio y superficies blancas.

En exteriores se buscarán las zonas despejadas con modelos arquitectónicos que ayuden a la composición fotográfica de los planos de las presentaciones. También se buscará zonas verdes y espacios públicos con una sonoridad mínima para que la captura del audio sea la más adecuada.

- Responsables, autores y productores

En el consejo editorial del noticiero UPB Noticias los directamente implicados son la Escuela de Ciencias Sociales, con Raúl Jaimes; la Facultad de Comunicación Social – Periodismo, a la cabeza de Clara Inés García; y el Centro de Producción Audiovisual, con Fidel Sánchez.

Los autores del informativo “UPB NOTICIAS son:

Fidel Sánchez / Director – productor de campo
Juan Crisanto García / Realizador audiovisual
Oscar Mauricio Vega / Realizador audiovisual
Pamela / Presentadora
Luisa Tobo / Presentadora

Finalmente, los productores de UPB NOTICIAS son:

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga
Escuela de Ciencias Sociales
Facultad de Comunicación Social – Periodismo
Centro de Producción Audiovisual

- Colocación de la cámara y uso de los planos

²⁷ Ver carpeta ANEXOS, número 7

Para la realización de “UPB NOTICIAS” es necesaria una sola cámara, tanto para la reportería de las notas informativas, como para la grabación de las presentaciones. Los planos correspondientes a la grabación de las presentaciones se efectuarán con una cámara fijada en su respectivo trípode de cabeza sensible. De esta forma se podrán mover lateralmente con facilidad y seguridad a la hora de combinar los distintos planos posibles.

El movimiento de la cámara variará con el inicio y el fin de la presentación, a través del zoom-in o zoom-out, o acercamientos manuales. Este número de planos usados para la realización de las presentaciones varía según la escala acordada y el orden. Preferiblemente se arrancará con un plano medio o plano americano, para luego pasar a un plano más cerrado y así sucesivamente, llevando un orden sintáctico y de composición progresiva sin repeticiones²⁸.

En la realización de las notas informativas se usarán todo tipo de planos para tener mayores posibilidades a la hora del montaje. Las entrevistas planteadas en las notas siempre se harán con trípode para tener un control de los movimientos y que se vea más sobrias las imágenes.

²⁸ Ver carpeta ANEXOS, número 8

3.5 Un visión de conjunto

Después de dar las pautas generales del programa de televisión, es necesaria la profundización en los tres procesos más importantes a la hora de la producción de cualquier producto audiovisual: preproducción, producción y posproducción.

3.5.1 Preproducción

Según los teóricos audiovisuales Peter W. Rea y David K. Irving, “uno de los principales objetivos de la preproducción es anticipar los fallos que puedan surgir en el rodaje. La preproducción es el momento para investigar y desarrollar tus ideas, instrumentar todos los elementos que formarán la base del proyecto, diseñar su apariencia y explorar todas las variables necesarias para conseguir una producción que tenga éxito”²⁹.

Para el informativo “UPB NOTICIAS” no hay precisamente una etapa de preproducción como la que se ve en los rodajes cinematográficos, pero sí existe ciertas actividades de investigación y planificación necesarias para poder desarrollar sin ninguna premura la grabación del programa, siendo éstas en orden de ejecución:

- *Reunión de preproducción y delegación de funciones:* Se convoca a una reunión los lunes en la mañana con el funcionario encargado del departamento de comunicaciones, el director del CPA y los pasantes, para desglosar la información más importante generada durante esa semana y escoger las notas periodísticas que llenarán el contenido del informativo “UPB NOTICIAS” en su siguiente emisión.
- *Delegación de funciones y cargos para cada nota periodística y el desarrollo del noticiero:* Luego de la reunión, el director del CPA delega cada una de las funciones de la producción del programa, como son el cubrimiento de cada una de las fuentes de información, el día de la grabación de presentaciones, la escritura del guión y el orden para la edición.

²⁹ REA Peter e IRVING David, Producción y dirección de cortometrajes y videos. Editorial Instituto Oficial de Radio y Televisión (RTVE, Madrid, España 2002, p. 65.

- *Contacto con las fuentes, investigación y recopilación de información:* Seguidamente, el realizador audiovisual (pasante) deben contactar a cada una de las fuentes que le corresponde para citar a una reunión en la que se recoge la información a emitir, se cuadra el día de grabación de las entrevistas correspondientes y se habla del diseño y estilo de la nota.
- *Diseño de la nota periodística:* Al tener la información necesaria y conociendo el tema a tratar, se diseña un primer borrador del estilo narrativo y sus elementos (voz off, entrevistas, animación, puesta en escena, etc.) el orden y enfoque de la nota a emitir (aunque este proceso se enriquece en la etapa de montaje y edición). También se debe esbozar asuntos como posibles locaciones, dirección de fotografía y sonido.
- *Diseño del guión de presentaciones:* Se debe cuadrar el día para grabar las presentaciones del noticiero, previo contacto con la presentadora y redacción del guión de presentaciones, el cual es diseñado a tres manos a manera de escaleta y con la composición precisa de cada una de las notas a emitir en el noticiero. También se debe esbozar asuntos como posibles locaciones, dirección de fotografía y sonido.
- *Diseño del cronograma semanal de producción:* Finalmente se redacta el cronograma de actividades a desarrollarse en la etapa de producción y posproducción, el cual comprende el despliegue por días de cada uno de los elementos a ser grabados y editados para el noticiero.

Al finalizar cada una de las actividades nombradas, se prepara la etapa de producción del noticiero “UPB NOTICIAS”.

3.5.2 Producción

Para Rea e Irving, la producción “es el momento en que la construcción del barco ha finalizado, la tripulación ha sido seleccionada y el capitán leva anclas y pone rumbo al mar”³⁰. En este caso llamamos producción a la etapa de rodaje o grabación. En ella podemos revisar de nuevo la planificación de cada uno de los elementos que componen el programa y reevaluar y cambiar aspectos si es necesario.

En el informativo UPB NOTICIAS la etapa de producción es la más necesaria y específica. Se trabaja en la producción de cada nota informativa para el

³⁰ REA e IRVING, Op.cit., p. 223

noticiero y en las presentaciones que estructuran la totalidad del contenido de la siguiente manera:

- *Grabación de entrevistas para las notas informativas:* La realización de las entrevistas se hará en un ambiente reposado, con el estilo de preguntas en las que no se hace evidente la participación del periodista; sin embargo, el entrevistado lo hace notar con su dirección de mirada y sus respuestas como si se tratara de un testigo del televidente. En cuanto a la dirección de fotografía, en interiores se manejará una iluminación básica de dos fuentes de luz, una primaria y otra secundaria, con una cámara en trípode y un valor de plano entre general, medio y primer plano. En exteriores, se manejará luz natural con algún flex que refuerce la iluminación de la cara. La captura de sonido se hará por opción directa a cámara con micrófono lavalier.
- *Imágenes de apoyo para las notas informativas:* Para cada nota es necesaria la inclusión de imágenes de apoyo que conlleven un aporte narrativo y una coherencia con la temática manejada. Estas imágenes serán trabajadas con una estética fotográfica adecuada, un sonido ambiente y una variación de plano en cámaras tanto estáticas como a hombro.
- *Grabación de las presentaciones para el noticiero:* Las presentaciones se realizarán en interiores, con triangulación de luces, y en exteriores, con un ambiente adecuado a la temática del programa. La cámara siempre estará en trípode con una diversidad de planos entre nota y nota. La captura del sonido será directa a la cámara con micrófono lavalier. La presentadora usará una ropa y maquillaje adecuado a las necesidades de la producción. Los textos de las presentaciones serán sencillos y llamativos para contextualizar al espectador.

3.5.3 Posproducción

Rea e Irving señalan que la posproducción “es, sin duda, una fase más relajada que la producción”³¹. La principal cualidad del director es ser crítico y objetivo en sus apreciaciones por el material obtenido durante la etapa de producción, para así darle forma al producto final con el criterio de incluir o excluir las imágenes obtenidas.

Los elementos considerados en “UPB NOTICIAS” para esta fase son:

³¹ REA e IRVING, Op.cit., p. 321

- *Edición de cada una de las notas a emitir:* Se realizará el montaje de nota por nota, con la inclusión de todos los elementos narrativos considerados previamente para la realización de la nota informativa (entrevistas, imágenes de apoyo, música, fotografías, títulos e inter títulos, etc.). Cada nota durará hasta 5 minutos. Tendrá un claro inicio y un cierre. En la edición, además del montaje de las secuencias, se hará una primera corrección de color, si es necesaria, y una corrección de sonido. Las transiciones en su mayoría serán por corte, para darle rapidez y fluidez a las imágenes.

- *Edición final del total del noticiero:* Se realizará el montaje final en orden establecido por prioridad informativa, de cada una de las notas a emitir en el programa, junto con las presentaciones grabadas previamente. Se corregirán las presentaciones finales, tanto en imagen como en sonido.

- *Producto final:* Finalmente se generará un archivo digital en formato .MOV para salvar la totalidad del archivo, tanto en una unidad sólida (Disco duro), como en una unidad magnética (CASSETE MINIDV).

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

- Rediseñar el programa de televisión institucional interno UPB NOTICIAS

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Revisar y analizar el contenido de las dos primeras emisiones del noticiero
- Diseñar la nueva idea del programa
- Estructurar las características técnicas y estéticas del informativo
- Desarrollar las temáticas y contenidos del programa
- Crear los elementos narrativos del programa
- Establecer unos criterios de producción del programa
- Diseñar la propuesta sonora, fotográfica y de montaje del programa
- Establecer los horarios, duración y periodicidad del programa
- Diseñar el nuevo estilo de nota informativa
- Diseñar y realizar un modelo audiovisual de cápsulas informativas para el noticiero.
- Asignar cada una de las funciones al equipo humano de trabajo
- Aplicar el nuevo modelo de propuesta al programa interno UPB Noticias
- Producir un noticiero de media hora con una periodicidad quincenal en cada una de las etapas de realización: Preproducción, producción y posproducción
- Realizar cada uno de los guiones para las presentaciones del noticiero
- Realizar casting de presentadoras y trabajo de presentaciones
- Realizar el diseño y la diagramación del logo símbolo, cabezote y demás grafismos y animaciones del programa

5. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

5.1 Plan de trabajo

Nombre del Pasante: Juan Crisanto García Perea

Nombre del Supervisor Académico: Luís Jorge Orcasitas (Durante el 2007)

Nombre de la Empresa: Universidad Pontificia Bolivariana, Centro de Producción Audiovisual

Nombre del Jefe en la Empresa: Clara Inés García y Fidel Eduardo Sánchez

Objetivos específicos	Actividades y tareas	Indicadores de logro	Fecha
Semana 1 • Observación y análisis informal de las dos primeras ediciones del noticiero UPB NOTICIAS	1. Búsqueda de información sobre la estructura del programa 2. Lectura de formato de guiones del programa 3. Observación detallada de emisión 1 y 2 del noticiero 4. Análisis informal del contenido de cada uno de las emisiones 5. Conclusiones	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Febrero 1 al 5 de 2007
Semana 2 • Diseño de la nueva propuesta audiovisual para el noticiero UPB Noticias	1. Desarrollo del nuevo modelo de nota informativa 2. Desarrollo del modelo de Cápsula informativa 3. Desarrollo idea del programa 4. Desarrollo características del programa 5. Desarrollo temáticas del programa	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Febrero 6 al 11

	<ol style="list-style-type: none"> 6. Desarrollo horarios, emisión y periodicidad del programa 7. Desarrollo elementos narrativos del programa 8. Desarrollo lenguaje sonoro, visual y montaje 9. Desarrollo grafismos y rótulos 		
<p>Semana 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de la tercera emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información 4. Producción de las cápsulas informativas 5. Redacción de la escaleta del noticiero 6. Grabación de las presentaciones 7. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 8. Generación del producto final en MINIDV y DVD 9. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la 	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Febrero 12 al 20

	UPB		
<p>Semana 4</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la cuarta emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información 4. Producción de las cápsulas informativas 	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Febrero 21 al 27
<p>Semana 5</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la cuarta emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de la escaleta del noticiero 2. Grabación de las presentaciones 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 4. Generación del producto final en MINIDV y DVD 5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Febrero 28 al 6 de marzo
<p>Semana 6</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la quinta emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, 	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Marzo 7 al 12

	<p>entrevistas y recolección de información</p> <p>4. Producción de las cápsulas informativas</p>		
<p>Semana 7</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la quinta emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> Redacción de la escaleta del noticiero Grabación de las presentaciones Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero Generación del producto final en MINIDV y DVD Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Marzo 13 al 20</p>
<p>Semana 8</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la sexta emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> Consenso de los temas a trabajar Preproducción, investigación y consecución de la información Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información Producción de las cápsulas informativas 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Marzo 21 al 26</p>
<p>Semana 9</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de 	<ol style="list-style-type: none"> Redacción de la escaleta del 		<p>Marzo 27 al 10 de abril</p>

<p>la sexta emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2. Grabación de las presentaciones 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 4. Generación del producto final en MINIDV y DVD 5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	
<p>Semana 10</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de la séptima emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información 4. Producción de las cápsulas informativas 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Abril 11 al 16</p>
<p>Semana 11</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de la séptima emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de la escaleta del noticiero 2. Grabación de las presentaciones 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Abril 17 al 24</p>

	<p>noticiero</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Generación del producto final en MINIDV y DVD 5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 		
<p>Semana 12</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de la octava emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información 4. Producción de las cápsulas informativas 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Abril 25 al 30</p>
<p>Semana 13</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de la octava emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de la escaleta del noticiero 2. Grabación de las presentaciones 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 4. Generación del producto final en MINIDV y DVD 5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Mayo 1 al 8</p>
<p>Semana 14</p>			<p>Mayo 9</p>

<ul style="list-style-type: none"> Producción de la novena emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información 4. Producción de las cápsulas informativas 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>al 14</p>
<p>Semana 15</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la novena emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de la escaleta del noticiero 2. Grabación de las presentaciones 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 4. Generación del producto final en MINIDV y DVD 5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Mayo 15 al 22</p>
<p>Semana 16</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la décima emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Mayo 23 al 28</p>

	información 4. Producción de las cápsulas informativas		
Semana 17 • Producción de la décima emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de la escaleta del noticiero 2. Grabación de las presentaciones 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 4. Generación del producto final en MINIDV y DVD 5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Mayo 29 al 5 de junio
Semana 18 • Producción de la onceava emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información 4. Producción de las cápsulas informativas 	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Junio 6 al 11
Semana 19 • Producción de la onceava emisión del	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de la escaleta del noticiero 2. Grabación de las 	El objetivo y las tareas fueron	Junio 12 al 19

<p>informativo institucional UPB NOTICIAS</p>	<p>presentaciones</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 4. Generación del producto final en MINIDV y DVD 5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 	<p>alcanzadas satisfactoriamente</p>	
<p>Semana 20</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de la doceava emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información 4. Producción de las cápsulas informativas 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Junio 20 al 25</p>
<p>Semana 21</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de la doceava emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de la escaleta del noticiero 2. Grabación de las presentaciones 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 4. Generación del 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Junio 26 al 3 de julio</p>

	<p>producto final en MINIDV y DVD</p> <p>5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB</p>		
<p>Semana 22</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la treceava emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Consenso de los temas a trabajar 2. Preproducción, investigación y consecución de la información 3. Producción de las notas, rodaje, entrevistas y recolección de información 4. Producción de las cápsulas informativas 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Julio 4 al 9</p>
<p>Semana 23</p> <ul style="list-style-type: none"> Producción de la treceava emisión del informativo institucional UPB NOTICIAS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción de la escaleta del noticiero 2. Grabación de las presentaciones 3. Posproducción, edición de las notas periodísticas, cápsulas informativas y montaje final del noticiero 4. Generación del producto final en MINIDV y DVD 5. Emisión del noticiero por el circuito interno de televisión de la UPB 	<p>El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente</p>	<p>Julio 10 al 17</p>
<p>Semana 24</p> <ul style="list-style-type: none"> Redacción y 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recolección de información 	<p>El objetivo y las tareas fueron</p>	<p>Julio 18 al 24</p>

entrega de informes finales	2. Lecturas y resúmenes	alcanzadas satisfactoriamente	
<p>Semana 25</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redacción y entrega de informes finales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redacción texto 2. Revisión y correcciones 3. Presentación texto final 	El objetivo y las tareas fueron alcanzadas satisfactoriamente	Julio 25 al 31

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Luego de realizar una reestructuración del informativo UPB NOTICIAS durante el primer semestre del 2007 y producir 11 emisiones de media hora, a diferencia del 2006, año en el cual sólo se produjeron dos programas de 15 minutos, se concluye que los objetivos previstos en el proyecto se alcanzaron satisfactoriamente.

Las estrategias adoptadas para posicionar el Centro de Producción Audiovisual como una dependencia interna de la UPB que vela por reconocer e identificar una cultura e identidad entre cada uno de los individuos que conforman la comunidad bolivariana, a través de la realización de un informativo institucional que muestra el deber-ser bolivariano, fueron efectivas para tal fin.

El informativo institucional UPB noticias logró adentrarse de manera contundente y natural en la cotidianidad y vida de la familia bolivariana, volviéndose parte de su propio reflejo y el medio informativo más importante de los bolivarianos.

Los objetivos propuestos a principio del año 2007 partían de la problemática de descuido y ligereza con la que nació en Centro de Producción Audiovisual y sus productos, realizaciones sin criterios de producción y alejadas de cualquier vínculo con la academia a la cabeza de la comunicadora social Silvia Chaparro y su equipo de trabajo conformado por Carlos Ayala, Yazmín Rodríguez y el fotógrafo Carlos Mateus Steffens.

Se propuso romper con estos esquemas a la hora de realizar productos audiovisuales y de alguna manera profesionalizar cada uno de los procesos y estandarizarlos con metodologías y criterios internacionales para colocar la meta de generar un producto audiovisual con una periodicidad quincenal, de media hora y con una propuesta estética y periodística adecuada, que unificara la agenda informativa de la institución, a través de una puesta en común de diversos temas que identificaran el pensar y sentir del alma máter.

Para ello, se conformó un equipo de trabajo liderado por el docente de la Facultad de Comunicación Social Fidel Sánchez, el Jefe de Comunicaciones Edwing Muñoz y los pasantes en Comunicación Social Oscar Vega y Juan Crisanto García. Cada uno cumplió una función fundamental en el desarrollo del proyecto: realizar una propuesta audiovisual para el modelo del programa de televisión interno UPB NOTICIAS.

Dentro de los logros alcanzados podemos nombrar el cumplimiento de los tiempos de producción en cada una de las emisiones del noticiero, así como la periodicidad. Este logro ayudó a que la comunidad bolivariana reconociera no sólo el noticiero como algo propio de su identidad, sino que el Centro de Producción Audiovisual (CPA) pudo posicionarse definitivamente como una

dependencia efectiva a la hora de realizar productos audiovisual con respeto por la estética de la imagen y la responsabilidad periodística.

Se logró realizar un producto audiovisual con una continuidad estética a partir de la mejoría de la producción en aspectos literarios (guión), fotográfico y lenguaje sonoro. Cada uno de ellos, ejecutados con destreza, tiempo y pasión, que salían del propio interés y conocimiento de los pasantes.

Además se tuvo una mejoría técnica en el manejo de cada una de las variables que aducen la complejidad de la producción para televisión. El manejo adecuado de la cámara de video, la utilización de la luz como fuente principal para el enriquecimiento del plano, la musicalización y el lenguaje sonoro y la posproducción y uso apropiado de los equipos de edición, fortalecieron la estética del noticiero.

Todo ello fue apoyado con el enriquecimiento del contenido a partir de la investigación periodística, la utilización de géneros, la diversidad de fuentes y la implementación de cápsulas informativas como forma para evocar valores bolivarianos y la evangelización de la cultura.

Finalmente, todo esto fue sustentado bajo el ordenamiento que requiere el desarrollo de un programa de televisión. Las etapas de preproducción, producción y posproducción se respetaron al pie de la letra como mandan las normas 'canónicas' del audiovisual en el mundo.

Como tarea adicional, se estuvo ordenando y clasificando técnicamente todo el material de archivo de audio y video que se obtuvo durante los 6 meses laborados en el CPA, tarea que en la administración pasada no se realizaba.

También se hicieron otras tareas como el diseño de piezas audiovisuales especiales como el video de aniversario de la revista de la Facultad de Comunicación Social - Periodismo Plataforma y otros productos solicitados por diversas dependencias de la Universidad.

Con todo lo anterior se puede concluir que el Centro de Producción Audiovisual y su producto principal, el informativo UPB Noticias, logró posicionarse en el corazón de los bolivarianos, en su agenda informativa y generó recordación y sentido de pertenencia de la identidad de la familia universitaria.

Estudiantes, profesores, administrativos y directivos se vieron reflejados en cada una de las notas periodísticas que conformaban la estructura del noticiero, así se sintieron más bolivarianos.

Se recomienda que el CPA continúe con la producción del noticiero para el segundo semestre del 2007 y mejorar en aspectos como:

- Recurso humano: la vinculación de más personal para su realización.

- Recurso administrativo: ser autónomo en el manejo de sus recursos financieros.
- Recurso gráfico: la mejoría de los cabezotes y entradillas del noticiero
- Recurso técnico: la adquisición de equipos de posproducción
- Posicionamiento y publicidad: la emisión de programa en un canal local

PRESUPUESTO

El siguiente formato de presupuesto estima los valores por la realización mensual del programa institucional UPB Noticias (incluye el presupuesto de dos programas). En el presupuesto se tienen en cuenta las cifras como alquiler de equipos, etc., aunque la Universidad sea propietario de tales insumos.

Nombre del proyecto: Informativo UPB Noticias

Director: Fidel Sánchez

Productor: CPA

Resumen		
1.	Preproducción	\$1.476.333
2.	Producción y rodaje	\$5.226.332
3.	Posproducción	\$1.043.333
4.	Promoción y emisión	\$50.000
Total		\$ 7.795.998

1. Preproducción					
Ítem	Precio unitario	Unidad	Días	Subtotal en pesos	Total
Arriendo administración oficina	\$1.000.000	1	30	\$1.000.000	
Servicios públicos	\$300.000		30	\$300.000	
Papelería y fotocopias	\$60	50		\$3.000	
Transporte urbano	\$15.000	2		\$30.000	
Productor de campo	\$143.333	1	30	\$143.333	
2. Producción					
Director	\$2.500.000	1	30	\$2.500.000	
Presentadora	\$150.000	1	1	\$150.000	
Alquiler de equipo de cámara y accesorios	\$100.000	1	8	\$800.000	
Periodista	\$143.333	1	30	\$143.333	
Camarógrafo	\$143.333	1	30	\$143.333	
Asistente de producción	\$143.333	1	30	\$143.333	
Alquiler de luces	\$50.000	1	7	\$300.000	
Grip	\$30.000	1	8	\$240.000	
Alquiler micrófonos y boom	\$75.000	1	8	\$600.000	
Sonidista	\$143.333	1	30	\$143.333	
Cintas MINIDV	\$8.000	5		\$40.000	
Transporte	\$10.000	2		\$20.000	
Fotocopias	\$60	50		\$3.000	
3. Posproducción					

Editor	\$143.333	1	30	\$143.333	
Alquiler equipos de edición	\$300.000		3	\$900.000	
4. Promoción y lanzamiento					
Copias en DVD	\$20.000	1		\$20.000	
Copias en MINIDV	\$30.000	1		\$30.000	
					\$7.795.998

Luego de obtener el presupuesto mensual para la elaboración del programa, esta cifra se multiplica por seis y da el valor total del proyecto en el primer semestre del 2007.

$$\$7.795.998 * 6 = 46.775.988$$

Valor del proyecto UPB Noticias

BIBLIOGRAFÍA

- ARNHEIM, Rudolf. *Arte y percepción visual*, Alianza, Madrid 1979.
- AUMONT, Jacques. *La imagen*, Paidós, Barcelona, 1990.
- BRITANNICA, Encyclopeadia. Enciclopedia BARSA. Encyclopeadia Editores. Buenos Aires – Chicago – México, 1964.
- BUXÓ, Ma. Jesús. *De la investigación audiovisual: Fotografía, cine, video, televisión*, Barcelona: Proyecto, 1999.
- COMISIÓN, Nacional de Televisión. *Televisión Pública Regional: realidad y futuro*. Ediciones Televisión y Educación, colección 4, Bogotá, 1998.
- COSTA, Joan. *Identidad corporativa*, México: Trillas, 1993.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. *Lo que vemos, lo que nos mira*, Manantial, Buenos Aires, 1997.
- FLUSSER, Vilem. *Hacia una filosofía de la fotografía*, Trillas, México, 1990.
- GUBERN, Román. *Del bisonte a la realidad virtual*, Anagrama, Barcelona, España, 1996.
- HALLORAN, James. *Los Efectos de la televisión*, Madrid: Editora Nacional, 1970.
- METZ, Christian. *Análisis de las imágenes*, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1972.
- MILLERSON, Gerald. *Realización y producción en televisión*, RTVE, Madrid, España, 2001.
- OROZCO, Guillermo. *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona, España, 2002.
- ORTEGA, Enrique. *La Comunicación publicitaria*, Barcelona: Ediciones Pirámide, 1997.
- PRICE, Vincent. *La opinión pública esfera pública y comunicación*, Barcelona: Paidós, 1994.
- REA, Peter y IRVING, David. *Producción y dirección de cortometrajes y videos*, RTVE, Madrid, España, 2002.
- RINCÓN, Omar, *Nuevas tecnologías aplicadas a la televisión superior*, tomo 4, Radio y televisión en la universidad. Editorial ICFES, 1995, Bogotá – Colombia.

SARTRE, Jean Paul. *Lo imaginario*, Losada, Buenos Aires, 1964.

WALKER, John, Sarah CHAPLIN. *Una introducción a la cultura visual*, Octaedro-Eub, Barcelona 2002.

ANEXOS

Anexo 1

- Emisión 2 del informativo UPB NOTICIAS (Ver carpeta de ANEXOS)

Anexo 2

- Producto final presentaciones, cápsulas y notas informativas informativo UPB noticias

Anexo 3

- Ejemplos presentaciones del noticiero UPB NOTICIAS (Ver carpeta de ANEXOS)

Anexo 4

- Ejemplo de nota informativa del noticiero UPB NOTICIAS (Ver carpeta de ANEXOS)

Anexo 5

- Ejemplo de cápsula informativa UPB NOTICIAS (Ver carpeta de ANEXOS)

Anexo 6

- Fotograma de composición y elementos escenográficos usados en las presentaciones (Ver carpeta de ANEXOS)

Anexo 7

- Croquis de cámara de la puesta en escena usada en las presentaciones (Ver carpeta de ANEXOS)

Anexo 8

- Fotogramas sobre la escala de planos usados en las presentaciones (Ver carpeta de ANEXOS)