

**REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y LOCATIVOS PARA LA CREACIÓN DE UN
LABORATORIO DE TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA
Y A DISTANCIA UNAD ZONA CENTRO BOYACÁ**

LAURA GARCÍA BEDOYA

CC. 1049617889

CAMILO ANDRÉS GUTIÉRREZ FORERO

CC. 1013582651

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA- UNAD
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TUNJA

2015

AGRADECIMIENTOS

En esta primera línea queremos agradecer a Dios por darnos la vida y permitirnos cumplir nuestras metas día a día, a nuestros padres y familiares que son quienes nos han apoyado incondicionalmente en cada paso que hemos emprendido no tenemos palabras para expresarles nuestro amor y agradecimiento.

A nuestra alma mater por darnos la oportunidad de crecer como personas y como profesionales dejando huellas imborrables en nuestras vidas de conocimiento, superación y amistad.

A la Doctora María Fernanda Medellín por habernos acompañado en todo este proceso con su guía y orientación estamos muy agradecidos.

A nuestros amigos, compañeros y demás personas que han pasado por nuestra vida y se han quedado en ella caminando a nuestro lado para ellos también es este trabajo....

Camilo y Laura

Contenido

INTRODUCCIÓN.....	5
1. GENERALIDADES	8
1.1 TITULO	8
1.2 PROBLEMA	8
1.2.2. Formulación del problema.	9
91.3 JUSTIFICACIÓN	10
1.5 MARCO REFERENCIAL	13
1.5.1 Marco teórico.	13
1.5.1.2 <i>Televisión Educativa</i>	14
1.5.1.3 <i>Televisión universitaria</i>	16
1.5.1.4 <i>Proceso de producción de televisión.</i>	19
1.5.2 Marco conceptual	24
1.5.3 Marco histórico.....	26
1.5.4 Marco normativo.	27
INDICACIONES PARA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CANAL UNAD:	27
1.6 DISEÑO METODOLÓGICO.....	29
1.6.2 Población y muestra.....	31
1.6.3.1 Población.....	31
1.6.3.2 Muestra.....	31
2. RESULTADOS Y ANÁLISIS	33

3. MODELOS DE LABORATORIOS DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN.....	46
3.2 CENTRO DE TELEVISIÓN DE LA UNAD	53
4. PROPUESTA DE REQUERIMIENTOS PARA CONSTRUIR UN LABORATORIO DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN EN LA UNAD DE TUNJA.....	55
4.1 DESCRIPCIÓN DEL LABORATORIO	55
4.2 NATURALEZA Y OBJETIVOS DEL LABORATORIO	64
4.3 INFORMACIÓN TÉCNICA	65
4.4 FUENTES DE RECURSOS	66
5. CONCLUSIONES.....	68
RECOMENDACIONES.....	70
BIBLIOGRAFÍA.....	71
ANEXOS	73
Anexo 1. MODELO DE ENCUESTA:	73

INTRODUCCIÓN

El laboratorio de televisión es un área multimedia que moviliza posibilidades de producción, creación e innovación; basado en una dirección que compromete un espacio formativo y de investigación con incidencia en el contexto universitario. Esta labor se realiza a través de procesos de trabajo colaborativo entre las diversas asignaturas potenciales como producción medios en televisión, medios multimedia y proyectos de comunicación; con la intervención de docentes, estudiantes, grupos comunitarios, empresas y organizaciones aliadas.

El presente proyecto tiene como objetivo principal realizar una propuesta para conocer los requerimientos técnicos y locativos para la construcción de un laboratorio de televisión que sirva de apoyo en el proceso práctico de los estudiantes del programa de comunicación social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD en la Zona Centro Boyacá, quienes sienten la necesidad de realizar experiencias dirigidas en el área de televisión debido a que es una de las actividades de mayor exigencia en la actualidad. Esta investigación se justifica desde la necesidad e importancia de los componentes prácticos en escenarios reales, donde el estudiante pueda experimentar en un ambiente formativo y práctico que permita el desarrollo profesional e integral en los diferentes campos de acción existentes.

Se realizó esta investigación mediante el enfoque cualitativo y el uso de la investigación de tipo exploratorio con un corte monográfico, se aplicó una encuesta a 80 estudiantes del Cead Tunja con el fin de conocer la percepción que ellos tienen frente a la necesidad y factibilidad de la creación de un laboratorio de televisión en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Zona Centro Boyacá, y posteriormente realizando una revisión de literatura que mostrara la importancia y características de un laboratorio audio visual.

Este proyecto planea generar un estudio de creación cultural y educativa dentro del medio televisivo y las posibilidades de interacción; examinando la televisión convencional e investigando otros posibles formatos y lenguajes.

RESUMEN

El objetivo del presente estudio fue realizar una propuesta con los requerimientos técnicos y locativos para la creación de un laboratorio de televisión en la universidad nacional abierta y a distancia UNAD zona centro Boyacá.

Mediante una revisión de literatura se conoció los modelos de laboratorios de televisión creados en el país, los requerimientos del laboratorio para preproducción, producción y posproducción, además de la realización de 80 encuestas a los estudiantes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Cead Tunja, que permitiera conocer la percepción de estos frente a la necesidad y factibilidad de la creación del laboratorio en las instalaciones de esta.

Se logra concluir que es de vital importancia la creación de este laboratorio, lo cual permitiría que los estudiantes de la Zona Centro Boyacá realicen productos televisivos para tener mayor adaptación de los conocimientos adquiridos en el proceso formativo.

Palabras clave: laboratorio, televisión, preproducción, producción, posproducción, rating, televisión educativa

ABSTRACT

The aim of this study was to make a proposal to the technical requirements and locative to create a laboratory television in the open and distance university UNAD national Boyacá downtown area.

Through a literature review models created television laboratories in the country are met, laboratory requirements for preproduction, production and postproduction, besides conducting surveys 80 students of the National Open University and Distance UNAD Cead Tunja, that would know the perception of these address the need and feasibility of the creation of the laboratory facilities of this.

Is achieved conclude that it is vital to create this laboratory, which allow students Zona Centro Boyacá television products made for greater adaptation of the knowledge acquired in the training process.

Keywords: lab, television, preproduction, production, postproduction, rating, educational televisión.

1. GENERALIDADES

1.1 TITULO

REQUERIMIENTOS TÉCNICOS Y LOCATIVOS PARA LA CREACIÓN DE UN LABORATORIO DE TELEVISIÓN EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD ZONA CENTRO BOYACÁ

1.2 PROBLEMA

1.2.1. Descripción del problema.

Según las investigaciones realizadas en el Laboratorio - Observatorio de medios y mediaciones en comunicación barrial Comuna 4 de la ciudad de Medellín, Colombia, realizado por Aliex Trujillo, Miguel Fernando Mejía, Alejandro Araque. No2 somos+ Bogotá. 2009, El laboratorio es el espacio donde confluye, tensiona y dinamiza narrativas sociales, políticas y culturales para la producción de piezas comunicativas con mayor incidencia local, regional, y mundial; a su vez políticamente tiene mayor efectividad si se instala sobre la promoción del territorio y comunidad. Los laboratorios mediales o las experiencias de apropiación de medios que se vienen gestando en el mundo, presentan diversas tendencias, algunas de estas abordan ámbitos educativos, institucionales y comunitarios. De acuerdo a esto sus estrategias varían entre lo formativo, la difusión y el activismo haciendo uso de medios de comunicación, las artes y tecnologías; esta circunstancia constituye para el colectivo no somos y sus acciones In Situ, un referente de análisis y discusión sobre el concepto del Laboratorio de Medios.¹

¹<http://www.alejandroraque.com/laboratorio-moravia/>

El ejercicio de la práctica de Comunicación Social en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, es una actividad formativa que permite al estudiante a través de una realidad o entorno, aplicar los conocimientos que ha adquirido durante su proceso de formación académica; algunas de las competencias que debe tener el estudiante entre otras es, la de adquirir en entornos reales el desarrollo de habilidades, capacidades y herramientas, que serán de gran utilidad en el desarrollo del ejercicio laboral, que brindaran un aporte a la comunidad.

En la actualidad los estudiantes de comunicación social de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Zona Centro Boyacá, no cuentan con un lugar propio para realizar procesos prácticos en el área de televisión, ocasionando que en el momento de enfrentarse a la vida laboral en esta área se cierren oportunidades por falta de conocimiento en el uso de herramientas tecnológicas y desperdiciándose el potencial de los estudiantes y docentes de la institución.

1.2.2. Formulación del problema.

¿Cuáles son los requerimientos técnicos y locativos para la creación de un laboratorio de producción de programas de televisión en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Zona Centro Boyacá?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Diversos estudios como lo manifiesta el manual para usuarios del documento “la televisión como espacio didáctico del centro de Guadalajara”, la gran mayoría de los estudiantes de periodismo, adolecen de conocimientos y habilidades sobre el funcionamiento, manejo y operación de los equipos técnicos e instalaciones que se utilizan para hacer televisión, las nuevas tecnologías de la información en el medio periodístico lo exige, a fin de poder ingresar a un campo laboral profesional cada vez más competitivo y exigente. El conocimiento sobre cómo funcionan y operan dichos instrumentos tecnológicos con que se hacen los informativos en televisión, constituye un valor agregado a su formación profesional, lo cual ampliará notablemente sus posibilidades laborales y de éxito en este campo.

La producción de programas de televisión es una competencia que todo comunicador social debe adquirir y desarrollar; ya que se convierte no solo una habilidad en beneficio personal, sino por el contrario un elemento que genera impacto en la comunidad; la sociedad actual exige no solo comunicadores competentes en producir y reproducir noticias o informes, sino profesionales que tengan la capacidad de conocer la condición humana y la narrativa de un programa de televisión de calidad. Estas habilidades solo se pueden lograr mediante la práctica en entornos reales que faciliten la adquisición y desarrollo del perfil requerido.

¿Por qué crear un laboratorio de televisión? En la actualidad la Universidad Nacional Abierta y a distancia UNAD ha tenido un crecimiento importante en cuanto a número de estudiantes y posicionamiento en el país, este auge requiere de estrategias que promuevan la calidad educativa, egresando profesionales con mejores perfiles laborales y que aporten a las necesidades y requerimientos del entorno; el programa de comunicación social requiere en su proceso formativo de un componente práctico importante, no solo en procesos escritos y radio, sino también en medio televisivos, por otra parte la comunidad académica de la zona centro Boyacá requiere promover la producción y divulgación de los diferentes procesos formativos, académicos, lúdicos e investigativos que se llevan a cabo, con el fin de informar no solo a la comunidad Unadista, sino al departamento y al país.

Es importante revisar las características técnicas y locativas que se necesitan para la construcción de un laboratorio de televisión en la UNAD Zona centro Boyacá, como aporte monográfico y exploratorio a posteriores proyectos que busquen como objetivo macro la construcción de este espacio de comunicación y formación. Con este proyecto se busca principalmente evidenciar la percepción que tiene los estudiantes sobre la importancia de la práctica en los procesos formativos de los estudiantes de comunicación social, y de igual forma dejar una revisión de literatura sobre experiencias similares y los requerimientos para la construcción del laboratorio de televisión.

Se verá beneficiada toda la población estudiantil, administrativa, la planta docente y la comunidad en general, pues mediante la construcción de un laboratorio de televisión pueden tener acceso a productos audiovisuales, difusión de información importante, apoyo en proyectos interdisciplinarios y en general diversos elementos informativos que muestren los avances y actividades que se realizan en la Zona Centro Boyacá de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.

Este estudio pretende ser una base teórica para otras zonas, instituciones y estudiosos del área de las ciencias sociales y humanas, comunicadores sociales, periodistas y demás interesados en la importancia y construcción de la práctica del comunicador en su formación de pregrado.

Para los investigadores esta propuesta es de vital importancia como aporte a otros estudiantes que como ellos tienen la necesidad de un entorno práctico y real en donde aplicar los conocimientos adquiridos durante el programa de formación. Tiene la intencionalidad de desarrollarse en las instalaciones Universidad Nacional Abierta y a Distancia Zona Centro Boyacá Nodo Tunja, ubicada en Calle 18 Carrera 1 Barrio Manzanare, una vez sea estudiado evaluado y aprobado por la dirección de dicha universidad.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General.

Realizar una propuesta con los requerimientos técnicos y locativos para la creación de un laboratorio de producción de programas de televisión en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Zona Centro Boyacá.

1.4.2 Específicos

- Conocer la percepción que tienen los estudiantes de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia Zona Centro Boyacá frente a la necesidad de la construcción de un laboratorio de televisión en el Cead Tunja
- Formular una propuesta de requerimientos técnicos y locativos basados en la revisión de fuentes documentales primarias y secundarias, para construir un laboratorio de televisión en las instalaciones de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Nodo Zonal Tunja.
- Fortalecer la formación del comunicador social en roles de preproducción, producción y postproducción de televisión, para el desarrollo de contenidos comunicativos de calidad, que lleguen a la comunidad de manera objetiva, fundamentada en el análisis crítico de las actuales relaciones sociales, políticas, económicas y culturales.

1.5 MARCO REFERENCIAL

1.5.1 Marco teórico.

1.5.1.1 Televisión con enfoque comunitario. Según Barbero², la mayor expresión cultural colombiana no la han asumido los grandes canales privados en forma responsable al mostrar mayor interés en el beneficio económico que en el comunitario y lógicamente social, porque las producciones extranjeras (melodramas y telenovelas) y en menor proporción las nacionales, han suplido ese papel concerniente al compromiso social, porque sólo así “supieron acercarse a las ambigüedades y rutinas de la vida cotidiana y a la diversidad y expresividad cultural de las regiones que integran el país, mostrando un denso mapa tanto de las discontinuidades y destiempo como de las vecindades e intercambios entre modernidad y tradiciones, entre el país urbano y el país rural”.

Barbero en su análisis, expresa que los canales de televisión colombianos, tienen como programas noticieros en su inmensa mayoría con temáticas de farándula política y explotando el morbo y la violencia de la situación colombiana incluyendo hasta *realitys*, los debates políticos han desaparecido y la información cultural se confunde con la de cualquier show, el único canal público nacional, *Señal Colombia*, sigue sin encontrar su función y sin hallar el modo de conectarse con el país, con América Latina y todavía menos con el mundo. en cuanto a los canales comunitarios, existen desde hace años y hoy son ya cerca de mil, con la precaria existencia que les permite su estatuto de canales medio-permitidos y medio-piratas. Ellos representan un verdadero pulmón para la renovación de la cultura política de los municipios y de los barrios, pero les queda aún un largo camino para lograr una existencia no sólo legal sino equitativa en términos de oportunidades”³.

² BARBERO, Jesús Martín. Colombia, medios y cultura. Bogotá: Universidad Javeriana, 2006. (Doctor en filosofía, con estudios de antropología y semiología, es un experto en cultura y medios de comunicación que ha producido importantes síntesis teóricas en Latinoamérica acerca de la posmodernidad. Aparte de ejercer docencia en Colombia y México ha sido profesor visitante de las universidades Complutense de Madrid, Autónoma de Barcelona, Stanford, Libre de Berlín, King'sCollege de Londres, Puerto Rico, Buenos Aires, São Paulo, Lima, entre otras. En 1975 fundó la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Valle y en 2003 obtuvo la nacionalidad colombiana)

³ BARBERO, Jesús Martín. Colombia, medios y cultura. Bogotá: Universidad Javeriana, 2006. p. 3

1.5.1.2 Televisión Educativa. Para Rincón⁴ “la televisión nunca ha estado a la altura de sus expectativas. Mucho peor, la pantalla masiva es la gran frustración que heredamos del siglo XX. Es más, no lo podemos creer: ¡La televisión no ha sido una opción de comunicación masiva para la educación!”. Como lo afirma Rincón, reiterando lo expresado por Barbero, la televisión muestra mayor interés por lo económico que por lo social comunitario, porque el fin que justifica los medios y su existencia son los rendimientos que se logran y que se miden a la vez, teniendo como respuesta el rating mediante el cual se mide el número de televidentes que encendieron su televisor en un programa determinado , traduciéndose así en el factor que conlleva a un mayor pago por cada segundo de programa, es el resultado de la multiplicación del 'alcance' (individuos o en su caso hogares) por la 'fidelidad'.

Rincón afirma que la televisión es triste, increíble y misteriosa, hace alusión porque no cubre las expectativas y necesidades de los televidentes, como tampoco genera un saber; se refiere a que no ha tenido ni tiene incidencia alguna en lo que concierne a un mayor número de estudiantes en las aulas y menos en la calidad; reconoce que la televisión es una necesidad, pero inútil a la que se le puede añadir, peligrosa y pervertida; el medio central para el juego de los sentidos colectivos en la sociedad actual, su centralidad está marcada por sus características como institución social y cultural ya que, sin querer queriendo, interviene en los procesos educativos y políticos de la comunidad y conforma los modos de la imaginación colectiva. En síntesis, la televisión en términos generales no aporta aprendizaje alguno en lo referente al aula, sin embargo, a pesar de la baja calidad de sus programas algunos de los contenidos de los programas tienen una seducción televisiva emocional como narrativa y estética, esa es su estrategia de interpelación social⁵.

⁴ Disponible en: Colombia aprende: Reseña de Omar Rincón. Los 10 mandamientos para hacer televisión educativa (28-04-14). http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-74983.html#h2_1 (investigador y docente de Comunicación y Televisión de la Universidad Javeriana (Colombia), periodista y realizador de televisión. Magíster en educación, estudió dirección de cine en la Universidad de Nueva York y es coordinador del posgrado en periodismo de la Universidad de los Andes, analista del diario El Tiempo e instructor principal en televisión del Programa de Medios de Comunicación para América latina de la Fundación Ebert),

⁵ Disponible en: Colombia aprende: Reseña de Omar Rincón. Los 10 mandamientos para hacer televisión educativa (28-04-14). <http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-74983.html#h21>. p. 1

Esos televidentes tienen una audiencia, que se expresa a través del rating, con un aprendizaje que profundiza más en los delitos y malas costumbres que ocurren en el cotidiano familiar.⁶.

El profesor Omar Rincón de la Universidad Javeriana hace un reflexión muy apropiada para esta investigación, “la tele es educativa por los usos que la gente le da a sus imágenes, ruidos y emociones; por ejemplo, la tele sirve para hacer tareas, para poner brava a la mamá, para jugar, para tener el control, para hablar por teléfono, para dormir papas, para burlarse, para comer, para llorar, para reír, para aburrirse, para dormir, para despertarse, para almorzar, para hacer ejercicio, para aprender a bailar, para entretener al perro, para leer. Aunque su centralidad como aparato y medio de comunicación es evidente, aunque de ella se aprenda a pesar de todo, aunque ella sirva para todo... no se puede afirmar que sea responsable e imaginativa con los procesos de construcción del proyecto de sociedad que requerimos” si queremos hacer televisión educativa estos son los diez mandamientos a seguir:

I. Respetar la televisión desde su discurso, sus lógicas, sus estructuras de narrar; ya que este medio masivo de comunicación es más inteligente narrando bien. La televisión no reproduce la secuencia lineal y curricular de la educación formal sino que trabaja sobre el proceso y el flujo propio de las narrativas audiovisuales.

II. Respetar a la televisión como lugar de narración y entretención social. La televisión ha demostrado que es una máquina eficiente de contar historias; su potencial está ahí, en haberse convertido en la "cuentera" de nuestros tiempos que le crea encanto al ciudadano.

III. Evitar llenar la pantalla de contenidos para ilustrar ignorantes, morales de imposición pública y políticas de imagen personal. Todo contenido, moral o política se debe convertir en historias audiovisuales.

⁶ Disponible en: Colombia aprende: Reseña de Omar Rincón. Los 10 mandamientos para hacer televisión educativa (28-04-14). http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-74983.html#h2_1. p. 2.

IV. Recordar que la televisión es educativa en cuanto forma en modelos sociales. La televisión es educativa cuando es escenario del diálogo intercultural, presenta lo universal que no pasa por lo comercial y amplía las posibilidades simbólicas de construcción de ciudadanía, democracia y sociedad civil.

V. Asumir que la televisión educativa debe ser una experiencia formativa nueva en sí misma al incorporar las nuevas-otras formas de cultura, de ver y leer, de aprender y conocer, de hacer y construir ciudadanía, que forma para la convivencia y capacita para poder tener acceso a las competencias múltiples que habilitan para ser un ciudadano productivo en la actualidad.

VI. Aprender que hoy las temáticas son locales y las narrativas globales. Por lo tanto, hay que reivindicar aquellas formas y formatos que encantan más frecuentemente a los televidentes, y que ellos y ellas consideran como cotidianos y hasta educativos.

VII. Asumir que la televisión educativa recupera lo gozoso, divertido, significativo, seductor y afectivo propio de la educación.

VIII. Recordar que si el programa de televisión que se hace es aburrido o tedioso o arrogante es porque quien lo hace es aburrido, tedioso o arrogante. La pantalla es un espejo del alma de quien la hace.

IX. Asumir que la televisión educativa es una práctica vital que reconoce a los maestros en cuanto trabajadores de la cultura y del nuevo ciudadano.

X. Recordar que la televisión es educativa en cuanto genere proyectos de interactividad con la comunidad educativa; la interactividad del canal educativo está dada por el uso de los multimedia (televisión, radio, impresos e internet)⁷.

1.5.1.3 Televisión universitaria. Según Puche Quintero⁸ “la televisión universitaria describe la producción y emisión de contenidos audiovisuales afines con los ámbitos de formación,

⁷ Disponible en: Colombia aprende: Reseña de Omar Rincón. Los 10 mandamientos para hacer televisión educativa (28-04-14). http://www.colombiaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-74983.html#h2_1. p. 2.

⁸ PUCHE QUINTERO, Jorge Alberto. Zoom Canal Universitario Nacional. Semillero de idea y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes. Bogotá: Zoom, 2011. Disponible en: <http://www.zoomcanal.com.co/LinkClick.aspx?fileticket=5NcYZRIG8OI%3D&tabid=696> (28-04-14). (Director de Programación y contenidos canal zoom; diseñador de estrategias de comunicación dirigidas a

investigación y proyección social de la educación superior. Ésta nace de la dimensión institucional-instrumental de la universidad, pues es útil para fortalecer y socializar las políticas educativas de las IES y los procesos de capacitación, pero también surge de la condición de colectivo social y humano que conlleva la universidad, pues es producto de la necesidad de sus integrantes de construir formas mediáticas de relato acerca de los saberes que concentra, acerca de sus historias, personajes, estéticas y talentos, así como formas de diálogo colectivo sobre las visiones del mundo que en ella se congregan”

La televisión universitaria en estos tiempos de convulsión social, política, económica y cultura, se convierte en una nueva propuesta formulada bajo una visión renovadora joven que le apunta a programas con contenidos que cuestionan lo cotidiano y ramplón.

1.5.1.2.1 Implicaciones de producir televisión universitaria⁹Multimedialidad.

“La televisión universitaria genera un conjunto de productos convergentes, que irrigan contenidos a diversos medios digitales y analógicos, y, en tanto que proceso, desencadena diversas dinámicas de apropiación y uso de estos contenidos en la sociedad, tanto en audiencia y en entornos escolarizados, es decir, que hacen parte del sistema educativo, como en la vida cotidiana de la audiencia”.

Contenido especializado y narrativa innovadora. La televisión universitaria implica, desde el punto de vista de los contenidos, el cruce entre la concentración de conocimiento y la activa dinámica de la vida universitaria, con búsquedas y narrativas propias de la televisión de calidad, es decir, el desarrollo de formas de relato, estética y lúdica audiovisual a partir de contenidos propios de áreas disciplinares específicas¹⁰.

internet y otros medios de convergencia; Comunicador Social, que se desempeña como web master, creador, diseñador y administrador de sitios web. Con experiencia en la conformación de redes humanas en el medio digital para la gestión de contenidos dirigidos a televisión e internet; ha transformado contenidos televisivos en multimediales para que puedan destacarse y extenderse al medio digital; periodista digital, en la redacción y creación de contenido informativo para ese medio. Implementa y administra servicio streaming).

⁹ PUCHE QUINTERO, Jorge Alberto. Zoom Canal Universitario Nacional. Semillero de idea y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes. Bogotá: Zoom, 2011. Ibid. p. 1.

¹⁰ PUCHE QUINTERO, Jorge Alberto. Zoom Canal Universitario Nacional. Semillero de idea y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes. Bogotá: Zoom, 2011. p. 2.

El sello de identidad de la televisión universitaria es que, a través de los lenguajes propios de los medios convergentes (narrativa, estética, lúdica propia), favorece la apropiación social del conocimiento.

Reflexión y crítica. La televisión universitaria es un escenario de la reflexión, el análisis, la crítica y la construcción de propuestas sobre la sociedad en general¹¹.

La televisión universitaria interpela a los televidentes como ciudadanos y no como consumidores, y en este sentido, se orienta permitir el disenso, la crítica, la reflexión y el debate de las ideas, a veces en contravía de creencias, esquemas y estereotipos establecidos tradicionalmente.

Diversidad e inclusión. No hay una sola forma de hacer televisión universitaria, existen múltiples caminos y múltiples destinos; el universo académico acoge diferentes formas de pensar y narrar, así como grupos sociales diversos, en un contexto de respeto y tolerancia. Por ende la televisión universitaria es el producto de un proceso social cuyas reglas son complejas, están en diálogo con la audiencia y se construyen de forma colectiva¹².

Sentido público. La televisión universitaria tiene un sentido público, pues acerca a la sociedad en general a las fuentes de conocimiento y así contribuye al respeto de los derechos fundamentales de la población, en términos de acceso a la información, al conocimiento, a la educación y a los bienes culturales¹³.

No sólo no persigue un fin de lucro, sino que, por el contrario, implica una inversión de parte de instituciones estatales y privadas, cuyo saldo es eminentemente social: el apoyo al cumplimiento de los fines del estado.

¹¹ PUCHE QUINTERO, Jorge Alberto. Zoom Canal Universitario Nacional. Semillero de idea y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes. Bogotá: Zoom, 2011. p. 3.

¹² PUCHE QUINTERO, Jorge Alberto. Zoom Canal Universitario Nacional. Semillero de idea y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes. Bogotá: Zoom, 2011. p. 3.

¹³ PUCHE QUINTERO, Jorge Alberto. Zoom Canal Universitario Nacional. Semillero de idea y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes. Bogotá: Zoom, 2011. p. 4

1.5.1.4 Proceso de producción de televisión. Según Prado¹⁴ la producción de televisión no es oficio de una persona, sino una labor conjunta que realizan de manera organizada un grupo de personas que trabajan en equipo, lo que exige de una cuidadosa planeación y una gran precisión en la función que realiza cada una de las partes involucradas; combina conocimientos, habilidades, talento, creatividad y disciplina para llegar a un objetivo común: la producción de televisión de calidad

Lo que quiere decir que hacer televisión es un trabajo de equipo en el cual intervienen una gran cantidad de personas que realizan diversas funciones, dependiendo del área a la que corresponda y a la etapa de producción en que se encuentra. Entre otros:

- Área técnica: Jefe de piso, operadores de cámara, operador de switcher, operador de consola de audio, microfonistas, iluminadores, musicalizador, operador de Generador de caracteres, operador de video, Editor de video y audio.
- Área de talentos: Guionistas, realizador, director de cámaras escenógrafos, diseñadores, elenco (presentadores y conductores), diseñador de gráficos, maquillistas.
- Área administrativa: Productor general, productor ejecutivo, asistentes de producción, coordinador de producción, asistentes de producción, coordinador de invitados

La televisión no se realiza en solo momento, sino que es el resultado de un proceso arduo y metódico que implica una serie de tareas antes, durante y después de su realización en estudio (o en locación). A esto se le denomina etapas de la producción constituidas por tres momentos:

¹⁴ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. (Ingeniero Electrónico; consultor; inventor; docente; productor de medios; documentalista)

- Etapa de preproducción
- Etapa de Producción
- Etapa de Postproducción

Es necesario que los usuarios del laboratorio de televisión conozcan, comprendan y desarrollen estas tres etapas en el orden correspondiente. Cada una de ellas va dando como resultado un producto parcial previo, indispensable para pasar a la siguiente etapa, hasta llegar a lo que será el producto final: el programa de televisión.

*Primera etapa: La preproducción*¹⁵. Es la etapa previa a la realización del programa, desde la concepción de la idea que se hace antes de la grabación. Abarca una serie de actividades que van desde la definición del tema, objetivos y contenidos del programa; género, formato, duración y público al que va dirigido; investigación, diseño de la producción (ambientación, escenografía, talentos, entre otros=.

El trabajo de preproducción es fundamental para asegurar las condiciones óptimas de realización de todo proyecto audiovisual, en este caso de televisión. Al final de esta primera etapa se tiene ya el guión para televisión. El guión constituye el plan fundamental sobre el cual se construye el programa de televisión, es por lo tanto, un elemento básico para la organización y la planeación de la producción. Permite conocer la estructura narrativa del programa, el ritmo y el manejo de los tiempos; los requerimientos técnicos, humanos, logísticos, materiales, financieros y otros apoyos necesarios para la producción. El Break Down, por su parte, nos facilita el trabajo de planeación y organización de la producción¹⁶.

Existen diferentes tipos de guiones para televisión, cuyo formato dependerá del tipo de programa a producir. Uno de los formatos más usuales, para nuestro caso, enfocado a programas de carácter periodístico, revista informativa y de opinión, es el que se propone a

¹⁵ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 65.

¹⁶ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 66.

continuación por su sencillez, efectividad y fácil manejo, tanto al escribirlo como durante la realización del programa, también conocido como guía de continuidad o Escaleta.

El Break Down u Hoja de desglose, se deriva del guión. Consiste en un formato en el que se describen las acciones necesarias a cubrir durante el proceso de planeación, previo a la realización del programa, de una manera organizada, y que permitirá llegar con los menores sobresaltos al momento de la producción. Sirve, tanto para definir los requerimientos materiales (props o accesorios), apoyos video gráficos (videos de entrevistas, reportajes, sondeos, imágenes en movimiento, gráficos, etc.) y logísticos (tramitología, coordinación de invitados, agenda calendarizada de tareas, etc.) que contribuirán para que todo esté listo al momento de realizar el programa, ya sea que se transmita en vivo o se grabe. Es, en suma, un cronograma o programa calendarizado de actividades previas en apoyo a la producción sobre el cómo y con qué se hará el programa; quienes intervienen y qué tareas desempeñan¹⁷.

*Segunda etapa: La producción o realización*¹⁸. Esta etapa se distingue, entre otras cosas, porque la cámara y otros equipos técnicos entran en acción. Conviene distinguir, no obstante, dos acepciones de lo que se conoce como etapa de producción

1. Producción de video de apoyo. Consiste en el levantamiento de imagen y sonido con cámara portátil (entrevistas, reportajes, cápsulas, crónicas, sondeos, imágenes ilustrativas, etcétera) en locaciones fuera del estudio de televisión. Estos materiales de apoyo, debidamente editados, serán utilizados cuando se realice el programa completo en el estudio.

2. La producción, propiamente dicha o realización del programa de televisión, de principio a fin, mediante el sistema de “multicámaras”. La producción de un programa de televisión

¹⁷ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 69

¹⁸ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 70

puede realizarse en exterior (locación), como los de competencias deportivas, desfiles, conciertos entre otros.

La etapa de Producción o realización tiene como base el guion o escaleta. En esta etapa interviene y participa todo el personal técnico o staff de producción así como el elenco e invitados, dirigidos todos ellos por el realizador del programa. Durante esta etapa se emplean la mayor parte de los equipos técnicos e instalaciones con que debe el Laboratorio de Televisión, tanto del foro (cámaras de estudio, micrófonos, iluminación) como de la sala de control maestro o Máster (switcher, monitores, consola de audio, etc.)¹⁹.

El producto que se obtiene en esta etapa puede ser, o bien el programa completo en su versión final y definitiva (sea que se transmita en vivo o se grabe), o bien segmentos grabados en estudio, ~~mismos~~ que luego en postproducción se unirán a los materiales video gráficos previamente realizados, definidos como “apoyos a la producción” (reportajes, entrevistas, sondeos, etc.), así como la inserción de gráficos, subtítulos, créditos, efectos especiales de video y audio, música y otros elementos que constituyen el trabajo de edición al que se refiere la tercera etapa.

*Tercera etapa: La postproducción*²⁰. Es la etapa decisiva, pues implica la manera cómo va a quedar el programa o producto final. Comprende la edición de video y audio, los efectos digitales, musicalización, voz en off, sub títulos, etcétera.

Dependiendo del tipo de programa o producción, serán las variantes que se seguirán en el proceso de la post-producción:

- Postproducción en vivo
- Edición del programa grabado
- Edición de materiales de apoyo

¹⁹ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 72

²⁰ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 73

La postproducción en vivo²¹. Aunque esta expresión no es muy usual en el medio televisivo, hace referencia al proceso más importante, complejo y decisivo al momento de grabar o transmitir en vivo un programa de televisión. Esto se debe a que exige, de parte de todo el staff, conocimientos, destrezas y habilidades en cuanto al dominio en el manejo de los equipos del foro y máster, pero sobre todo, implica un alto sentido de la narrativa audiovisual, la progresión el ritmo y demás elementos que van creando, en tiempo real, el producto televisivo. El trabajo de todos se realiza simultáneamente al desarrollo de las acciones que se generan tanto en el foro como cuando provienen desde la VTR o la computadora del máster. Esto implica contar ya con los apoyos gráficos y videográficos que se utilizarán en los diferentes segmentos o secciones del programa (reportajes, entrevistas, fotografías, cortinillas, música, entre otros), mismos que se “correrán” en el momento en que el director lo indique, con base al guión o escaleta respectivo.

Quien se encarga de la postproducción en vivo debe poseer una gran capacidad de concentración y de toma de decisiones rápidas, además de un claro sentido de la narrativa audiovisual, pues su trabajo se traduce en edición en tiempo real, sin lugar para correcciones o enmendar errores cuando se transmite en vivo.

Edición de un programa grabado. Se trata de un trabajo de edición que se hace sobre el material videográfico de un programa previamente grabado y cuya transmisión, por lo tanto, no será “en vivo”, sino posterior. Por lo general se trata de insertos, super’s, subtítulos y/o correcciones de video y audio, antes de su emisión final.

*Edición de materiales de apoyo*²². Consiste en el trabajo de postproducción, propiamente dicho, mediante el cual se diseñan gráficos, subtítulos, animaciones, edición de video y audio. Edición de vestimentas, cortinillas, cápsulas, reportajes, entrevistas, sondeos y

²¹ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 74.

²² PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 75.

testimoniales y otros materiales videográficos que se utilizarán durante la producción del programa en vivo.

1.5.2 Marco conceptual

TELEVISIÓN: es un medio de comunicación mediante el cual se transmiten y presentan programas emitidos por un canal situado en la distancia, ya sea en vivo o grabado.

CANAL DE TELEVISIÓN: sistema que permite transmitir a través de ondas electromagnéticas señales de televisión, ya sea por ondas electromagnéticas radiadas por el espacio o enviadas por cable en circuito cerrado.

TELEVISIÓN POR INTERNET: también llamada **televisión IP** y **televisión *on-line***, u ***online*** o en español en línea, es la televisión distribuida vía Internet. Se trata de la perspectiva inmediata que proporciona Internet para distribuir esta nueva forma de producir y transmitir material de comunicación audiovisual en línea, proporcionando al usuario la facilidad de reproducirlo.

ESTUDIO: es el sitio donde se graban programas, películas cinematográficas, a emisiones de radio o televisión, a grabaciones discográficas, etc...

FILMACIÓN: Es el acto o acción de filmar, registrando imágenes en un video o película.

GUIONES: son textos o escritos donde están contenidas todas las indicaciones referentes al campo informativo, literario, técnico o dramático al que se debe seguir al pie de la letra.

OPERADOR: Profesional que maneja aparatos técnicos. Es el encargado de manejar la cámara y sus ópticas en un rodaje. Debe llevar a imágenes el guión técnico, en el que se especifican los planos y la duración de los mismos dentro de una determinada escena.

PANEO: movimiento de la cámara sobre su propio eje, bien de izquierda a derecha o de derecha a izquierda.

PRODUCTO AUDIOVISUAL: es el producto en donde se integran e interrelacionan

plena lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje. La percepción es simultánea.

PROGRAMAS: es el conjunto de emisiones que se transmiten con regularidad de parte de canales de televisión o programadoras con el fin de entretener a los televidentes, la cual se da a conocer diariamente al iniciar la jornada cada día (incluye las 24 horas).

PROGRAMA EN VIVO: Serie de las distintas unidades temáticas que constituyen una emisión de radio o de televisión, las cuales se transmiten en tiempo real.

PROGRAMA GRABADO: es un programa que se encuentra registrado y disponible dentro de un medio de almacenamiento, tal programa puede ser editado, ya sea audio y/o video digital.

PROGRAMACION: entre ellos están: informativos, debates, realitys, educativos, foros de análisis, religiosos, infantil, concurso, ficción, culturales, series de televisión, telenovelas, musicales.

SECUENCIA: Es una acción un tanto complicada en la que se mezclan escenas, planos, lugares.

ZOOM: Variar la distancia focal de un lente ya sea para acercarse o alejarse del objeto.

SEÑAL: Una señal es un símbolo, un gesto u otro tipo de signo que informa o avisa de algo. La señal sustituye por lo tanto a la palabra escrita o al lenguaje.

CONDUCCIÓN: guiar o dirigir un negocio o la actuación de una colectividad. Guiar o dirigir a un objetivo o a una situación.

DIRECTOR: Responsable creativo del film. Es su función dirigir la puesta en escena a partir de un guion técnico en el que debe tener gran responsabilidad y libertad.

PRODUCTOR: Es quien aporta (o gestiona la búsqueda) el dinero para la película. A veces se convierte en productor ejecutivo, cuando debe controlar el presupuesto, hacer los contratos, conseguir los permisos de rodaje, procurar la comida y alojamiento del equipo.

1.5.3 Marco histórico.

Para empezar debemos remontarnos a la aparición de la televisión en Colombia que nace como un proyecto del estado dirigido por el General Gustavo Rojas Pinilla quien fue el que trajo la televisión a Colombia, el 13 de Junio de 1953 “El interés de Rojas Pinilla por la televisión nace años atrás, en 1936, cuando siendo entonces Teniente, viaja a Alemania en una misión encomendada por el gobierno de Alfonso López Pumarejo, para comprar municiones para enfrentar la guerra contra Perú. Estando en Berlín conoció el novedoso invento, que por entonces estaba siendo desarrollado en distintas partes del mundo. La idea quedó fija en la mente del militar, quería hacer posible el proyecto de traer la Televisión al país”²³.

Superando muchos obstáculos (adecuación de antenas e importación de receptores) se logró la emisión de televisión en Colombia que mediante diferentes pruebas realizadas en Bogotá y Manizales: “El 13 de Junio de 1954 es inaugurada oficialmente la Televisión en Colombia, como un servicio prestado directamente por el Estado, en el marco de la celebración del primer año de gobierno del General Gustavo Rojas Pinilla. A las 7 pm no solo se escuchan las notas del Himno Nacional de la República, lo realmente novedoso, es que el sonido viene acompañado de las imágenes de la Orquesta Sinfónica de Colombia. Seguido al Himno Nacional El General Rojas Pinilla se dirige al País desde el Palacio San Carlos, actual Ministerio de Relaciones Exteriores, y declara oficialmente inaugurada la

²³ Disponible en: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/television_colombia.htm (28-01-14)

Televisión en Colombia, La señal era recibida en Bogotá y sus alrededores por el canal 8 y en Manizales por el canal 10. Seguido al acto de inauguración se dio paso a la emisión de los primeros intentos de programas de entretenimiento, desde los estudios de la calle 24 con un programa animado por Álvaro Monroy Guzmán en el que también aparecieron Los Tolimenses. Además se montó la obra Tarde de Paul Vilar. La primera emisión tuvo una duración de 3 horas y 45 minutos²⁴.

Los productos audiovisuales que eran novedad para la población colombiana pese a su juventud e inexperiencia brindaban una gran calidad especialmente en el área de entretenimiento, a fin de ser un canal estatal la televisión en Colombia se transforma rápidamente en 1960 en una televisión comercial, manejando la industria del entretenimiento masivo olvidando la parte educativa y comunitaria que aún mantienen diferentes canales locales en nuestro país.

1.5.4 Marco normativo.

Dentro del marco legal están las leyes 182 de 1995, 335 de 1996 y 1341 de 2009, las contienen los derechos y deberes que debe cumplir el proceso en Colombia y en el campo de la televisión universitaria y la televisión por internet emitida las universidades que cuentan con este recurso, tienen una reglamentación propia, como en el caso de la UNAD, con sede en Bogotá, que se destaca a continuación.

INDICACIONES PARA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE CANAL UNAD:²⁵

RECIBO DE SOLICITUD:

Solicitud servicio de montaje de video institucional:

Las solicitudes de servicio son recibidas por el Líder de Canal UNAD, de los realizadores de televisión abierta de la UNAD, tutores de las escuelas y personal

²⁴ Disponible en: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/television_colombia.htm (28-01-14)

²⁵ Disponible en: <http://calidad.unad.edu.co/documentos/sgc/instructivos/I-2-5-1.pdf>

administrativo, quienes realizan la solicitud por medio del diligenciamiento del “Formato de Solicitud de Servicio Canal UNAD (F-2-5-1)” a través de una solicitud realizada mediante el link: <http://informacion.unad.edu.co/comunicacion-publica> “Canal UNAD” y el video digitalizado de acuerdo a lo establecido en las condiciones para la prestación del servicio, tales como (el formato del video, el medio por el cual se va a enviar (Discos duros virtuales en la nube), como Wetransfer, Dropbox, entre otros).

- La solicitud es enviada al correo electrónico canalunad@unad.edu.co semanalmente y antes de los días miércoles de 8 am a 11 am.
- La respuesta a la solicitud, se emite Veinticuatro (24) horas después de ser recibida.

Aprobación servicio de montaje de video institucional:

- Una vez recibida la solicitud, los días miércoles, el Líder del Canal UNAD, revisa que la información diligenciada cumpla con los parámetros establecidos, en el “Formato de Solicitud de Servicio Canal UNAD (F-2-5-1)” y los criterios técnicos establecidos inicialmente en las condiciones para la prestación del servicio.
- Durante la revisión en caso de llegar a encontrar un dato no congruente en el diligenciamiento del “Formato de Solicitud de Servicio Canal UNAD (F-2-5-1)” o algún problema técnico en la calidad del video; por correo electrónico enviado al realizador, es informado, para que realice las correcciones pertinentes, con el fin de propender y hasta llegar a un acuerdo para prestar el servicio.
- Finalmente el Líder de Canal UNAD envía mail al cliente informando el rechazo y sus motivos o aceptación de la solicitud con fecha de emisión del programa.
- Los programas son emitidos dos días después de la aprobación de la solicitud. El único que puede hacer entrega a más tardar el día jueves en la mañana es el caso del programa Educación y desarrollo.

PRESTACIÓN DEL SERVICIO CANAL UNAD²⁶

Después de la planeación y llegado el momento de subir los videos a las listas para ser programados, de acuerdo a los criterios de publicación se define: El tipo de video: Académico o publicitario institucional.

²⁶ Disponible en :<http://calidad.unad.edu.co/documentos/sgc/instructivos/I-2-5-1.pdf>

CRITERIOS DE CALIDAD:

- Calidad de video comprimido a H264 en los diferentes tipos de formatos (mov, avi, wmv, flv, mp4).
- Los programas institucionales deben contar con el estándar de resolución (720 x 486 NTSC) y formato FLV para el flujo de streaming por internet.
- La realización de eventos en vivo por medio de streaming se realiza a una resolución de (320 x 240).²⁷

Un valor potencial y gran diferencial que desde la universidad se puede imprimir a los proyectos audiovisuales es la sinergia que se puede establecer entre los centros de investigación y las unidades de producción audiovisual de las universidades para la generación y divulgación del conocimiento. Esta se ve como una de las grandes fortalezas que necesitan ser exploradas en la formulación de los proyectos audiovisuales. Las condiciones de diseño y producción de las propuestas se rigen por los estándares definidos por el canal y las condiciones establecidas por los financiadores. El canal ofrece asesoría y acompañamiento en su desarrollo, así como gestión de recursos en diferentes modalidades de producción, coproducción, venta de derechos, entre otros.

1.6 DISEÑO METODOLÓGICO

La presente investigación es de enfoque cualitativo, de tipo exploratorio, con características monográficas pues se pretende conocer y reconocer un ámbito de acción que no ha sido indagado por otros autores en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Zona Centro Boyacá, se realizó en primer lugar una revisión de literatura teórica, metodológica y empírica sobre las construcción de laboratorio de medios a nivel mundial y nacional, así

²⁷ Disponible en :<http://calidad.unad.edu.co/documentos/sgc/instructivos/I-2-5-1.pdf>

como la búsqueda de experiencias similares que sirvieran como ejemplo para la presente investigación; así mismo mediante una entrevista se buscó conocer la percepción de los estudiantes de la Zona frente a la necesidad, uso y factibilidad de la construcción de un laboratorio de Televisión en la Zona Centro Boyacá.

La investigación cualitativa es de orden explicativo, utiliza métodos no cuantificables que permiten al investigador acercarse de forma flexible a su objeto de estudio sin perder las características del método científico, sus resultados son descriptivos y explicativos, orientados a la interpretación de fenómenos sociales, comunidades, colegios, grupos por nombrar algunos. Por otra parte la investigación de tipo exploratorio ofrece al investigador el ingreso a un campo poco estudiado, donde este puede iniciar a mostrar la problemática existente e impulsar a otros investigadores a abordar el fenómeno de estudio desde diferentes áreas, la exploración se realiza mediante la revisión de literatura de fuentes primarias y secundarias, y la realización de recolección de información mediante instrumentos informales como charlas o entrevistas flexibles; este tipo de investigación facilita el acercamiento primario y la generación de futuras investigaciones de mayor profundidad.

1.6.1 Línea de investigación

El presente proyecto busca aportar a la línea de investigación de la escuela de ciencias sociales artes y Humanidades ECSAH, programa de comunicación social, denominada comunicación, pedagogía y tecnología, cuyo objetivo general es “Crear un espacio académico, educativo e investigativo, fundamentado en el abordaje de temáticas pedagógicas y tecnológicas desde la comunicación y su relación con la construcción de ser sujeto social”. Orientado por el segundo objetivo específico “Indagar por los elementos comunicativos sobre los cuales se construyen las experiencias formativas en los ambientes de educativos y procesos de formación”, la investigación busca resaltar la necesidad de la práctica del comunicador social en el ámbito televisivo como elemento enriquecedor de su proceso formativo.

Siguiendo el énfasis programa social- comunitario del programa de comunicación social, este documento busca evidenciar las necesidades que tienen los estudiantes del programa en su proceso formativo, la importancia de la televisión universitaria y comunitaria para el fomento del desarrollo humano y el tejido social, así como mostrar los requerimientos necesarios para la construcción de un laboratorio de televisión que apoye a la comunidad académica. Según Cabrera, Rodríguez y Badillo “Otro elemento temático es la comunicación, la cual se concibe desde una percepción que permite la vinculación de los seres humanos. Con ello se supera la visión instrumental de los medios de comunicación en las aulas, para acercarse a un concepto de Convergencia, donde se integran comunicación, pedagogía y tecnología, a partir de la arista comunicativa”.

1.6.2 Población y muestra.

1.6.3.1 Población

Estudiantes matriculados en un programa de cualquiera de las 5 escuelas de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Nodo Zonal Tunja.

1.6.3.2 Muestra.

30 estudiantes matriculados al programa de comunicación social y otras carreras en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD Nodo Zonal Tunja interesados en participar en la creación de programas de televisión universitaria, La muestra se seleccionó mediante un muestreo no probalístico intencional o de conveniencia, este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" para los fines del investigador, seleccionando directa e intencionadamente los individuos de la población. (Correa 2012)

1.6.3.3 Procedimiento

Para alcanzar el objetivo de la presente investigación se dividió en dos momentos y en cada uno de ellos se realizaron dos fases, como se describe a continuación.

Momento 1 Identificación del problema y revisión de literatura

Fase 1

En la fase número 1 se logra identificar la problemática; la necesidad de los estudiantes del programa de comunicación social de un espacio dotado con los equipos y los espacios necesarios para la práctica profesional en el área de televisión, esto se realiza mediante la observación directa, el acercamiento y dialogo informal - reflexivo con diferentes estudiantes y docentes, así como la importancia para la comunidad académica Unadista de la Zona Boyacá de crear y difundir productos audiovisuales que muestren las actividades que allí se desarrollan.

Fase 2

En la fase número 2 se realiza la revisión de literatura, utilizando bases de datos en revistas que manejan el área de humanidades como redalyc y Dialnet, de igual forma se consultaron bases de datos universitarias, páginas web donde se documentaran experiencias similares en la construcción y elaboración de laboratorios de televisión comunitaria y universitaria. Mediante esta consulta se logró identificar los requerimientos más importantes para la construcción de un espacio de este tipo. La información se tomó desde el año 2005 en adelante, sin embargo se incluyeron documentos de años anteriores por considerarse importantes en la investigación.

Momento 2 Recolección y análisis de la información final

Fase 1

En la fase número uno con base de la revisión de literatura inicial se realiza una encuesta a 80 estudiantes de la UNAD Zona centro Boyacá, con el fin de conocer la percepción que tienen estos sobre la necesidad y construcción de una laboratorio de televisión en la Zona, se realizó un pilotaje con 15 estudiantes para identificar errores en la redacción de las preguntas, se re-estructuro la encuesta quedando al final 11 preguntas con única respuesta.

Fase 2

En la fase número dos se realizó el análisis de la información, se analizaron las respuestas de la encuesta mediante Excel 2010, se realizó la selección final de la literatura más importante, actual e innovadora que mostrara claramente los requerimientos técnicos y locativos y de un laboratorio de televisión. Se elaboró el documento final y la revisión del mismo.

2. RESULTADOS Y ANÁLISIS

USOS, GUSTOS, HÁBITOS Y PREFERENCIAS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNAD

Anexo 1. MODELO DE ENCUESTA:

Encuesta dirigida a 80 estudiantes de la universidad abierta y a distancia (UNAD) 50 hombres y 50 mujeres en edades de 17 a 32 años de diferentes programas profesionales:

Encuesta para evaluar el lanzamiento de un laboratorio de producción de televisión en la Universidad Nacional Abierta y a Distancias -UNAD Nodo Tunja.

1. ¿Usa académicamente material audiovisual como apoyo para su desarrollo estudiantil?

- Si
- No

3. ¿Ve televisión con qué frecuencia?

- Más de una hora
- Menos de una hora

4. ¿Qué programas de televisión prefiere?

- Noticias
- Educativos
- Culturales
- Entretenimiento
- Políticos
- Otros

5. ¿Considera importante el desarrollo de televisión universitaria?

- Si
- No

6. ¿Es importante la televisión universitaria en la UNAD?

- Si
- No

7. ¿Considera que una universidad debe tener laboratorio de televisión?

- Si
- No

8. ¿Utilizaría el servicio de televisión universitaria de la UNAD?

- Si
- No

9. ¿Conoce proyectos de televisión universitaria?

- Si
- No

10. ¿Estaría dispuesto a ver los productos audiovisuales de la UNAD?

- Sí
- No

11. Si la universidad tuviera un espacio televisivo usted realizaría prácticas profesionales en la UNAD?

- Si
- No

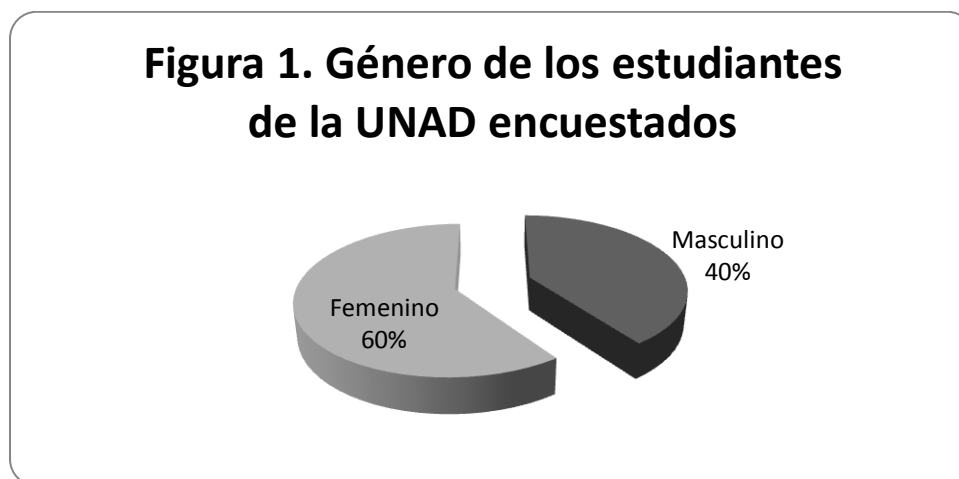
2.1 Usos De Los Estudiantes

De los ochenta estudiantes encuestados el 40,0% corresponden al género masculino y el 60,0% al femenino (Ver Cuadro 1, Figura 1). Lo cual indica la tendencia a ser una población mayor de mujeres las ingresan a la educación superior y además quienes hacen parte activa de los diferentes proyectos y actividades que se realizan en el proceso formativo.

Cuadro 1. Género de los estudiantes encuestados en la UNAD

RESPUESTAS	Número de encuestados	%
Masculino	32	40,0
Femenino	48	60,0
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014



Fuente: Cuadro 1

En cuanto al uso académico de material audiovisual como apoyo para el desarrollo de las actividades estudiantiles en la UNAD, el 96,0% afirma que requiere frente al 4,0% que argumenta que no (Ver Cuadro 2, Figura 2). Esta estadística es orientadora pues

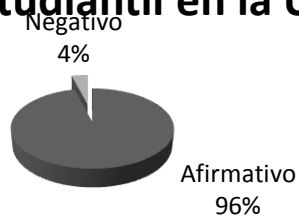
muestra la necesidad que ve el estudiante de utilizar material audiovisual en su proceso académico; es importante además resaltar que la UNAD fomenta el uso de las tecnologías de la información y la comunicación TIC como elemento generador de apoyo en el aprendizaje autónomo, colaborativo y significativo, y la televisión hace parte fundamental de esta.

Cuadro 2. Uso académico de material audiovisual como apoyo para el desarrollo estudiantil en la UNAD

CONCEPTO	Número de encuestados	%
Afirmativo	77	96,0
Negativo	3	4,0
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014

Figura 2. Uso académico de material audiovisual como apoyo para el desarrollo estudiantil en la UNAD...



Fuente: Cuadro 2

2.2 Gustos De Los Estudiantes

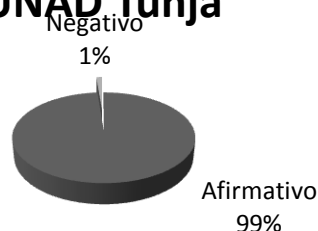
Respecto al gusto de los estudiantes de la UNAD de Tunja por la televisión el 99,0% la ve y sólo el 1,0% expresa concepto negativo (Ver Cuadro 3, Figura 3). Es una realidad que la sociedad Colombiana tiene un gusto importante por la televisión, este es uno de los medios de comunicación favoritos alrededor del cual las familias centran su atención y logran compartir y debatir frente a los contenidos de esta. Esta situación lleva a los comunicadores sociales y quienes se desempeñan en este medio a tener una gran responsabilidad social frente a los programas que realizan, pues se puede convertir en un medio educativo o por el contrario desinformativo. La televisión comunitaria y universitaria son una buena alternativa de impacto a la sociedad, pues la intencionalidad de esta es producir contenidos favorables para las comunidades y acorde a las necesidades reales de la población.

Cuadro 3. Consulta del gusto por televisión en estudiantes de la UNAD Tunja

CONCEPTO	Número de encuestados	%
Afirmativo	79	99,0
Negativo	1	1,0
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014

Figura 3. Consulta acerca del gusto por la televisión en estudiantes de la UNAD Tunja



Fuente: Cuadro 3

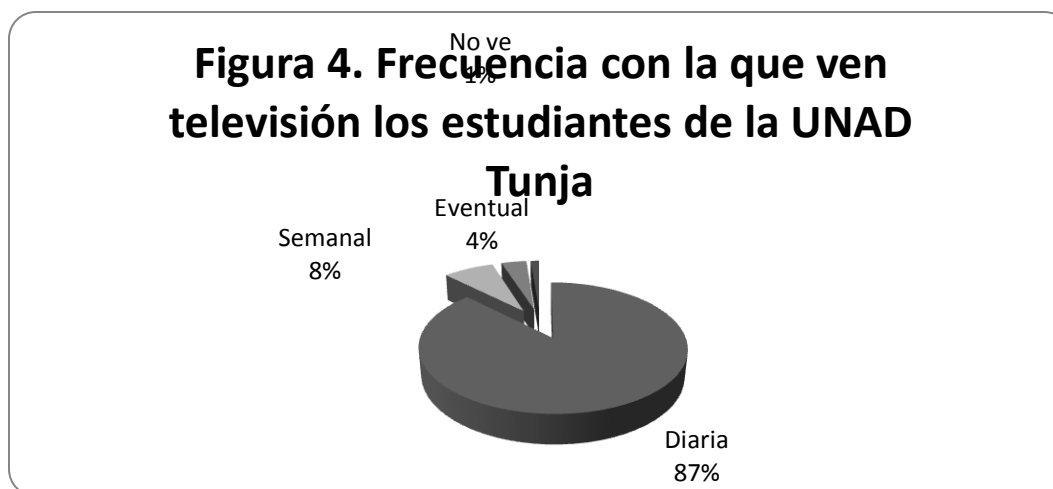
En cuanto a la frecuencia con la que los estudiantes encuestados ven televisión, el 87,0% lo hace diariamente, un 8,0% semanalmente; el 4,0% eventualmente y un 1,0% no ve televisión (Ver Cuadro 4, Figura 4). Aquí se afirma entonces lo escrito en líneas

anteriores sobre la importancia de la televisión universitaria con enfoque social, debido al gusto y frecuencia de la sociedad Colombiana por este medio de comunicación.

Cuadro 4. Frecuencia con la que ven televisión los estudiantes de la UNAD Tunja

FRECUENCIA	Número de encuestados	%
Diaria	70	87,0
Semanal	6	8,0
Eventual	3	4,0
No ve	1	1,0
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014



Fuente: Cuadro 4

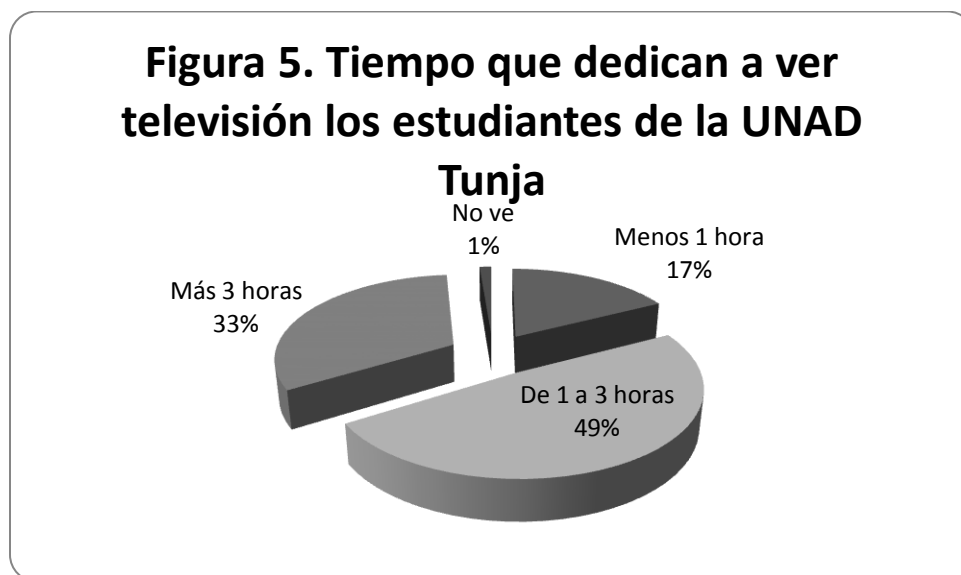
2.3 Hábitos De Los Estudiantes

Respecto a las preferencias de los encuestados en cuanto al tiempo dedicado a ver programas de televisión el 49,0% de los estudiantes dedica entre una a tres horas periódicamente; el 33,0% más de tres horas; un 17,0% menos de una hora y el 1,0% restante no ve televisión (Ver Cuadro 5, Figura 5).

Cuadro 5. Tiempo que dedican a ver televisión los estudiantes de la UNAD Tunja

RANGO EN HORAS	Número de encuestados	%
Menos de una hora	14	17,0
De una a tres horas	39	49,0
Más de tres horas	26	33,0
No ve	1	1,0
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014



Fuente: Cuadro 5

2.4 Preferencias De Los Estudiantes

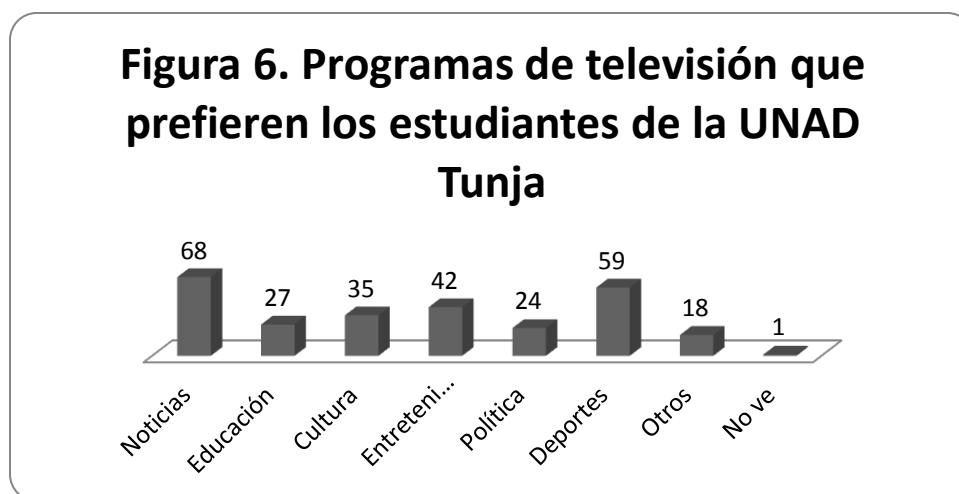
En las preferencias de los estudiantes respecto a los programas de televisión que prefieren un 85,0% (respuestas múltiples) prefieren las noticias; 74,0% las deportivas; 53,0% las de entretenimiento; 44,0% culturales; 34,0% educativos; 30,0% políticos; 23,0% otros (dedicados a la investigación científica, agricultura, ganadería, horticultura, etc.) y el 1,0% no ve televisión (Ver Cuadro 6, Figura 6). En este ítem de indagación se evidencia como los estudiante prefieren las noticias, los programas educativos y culturales, por encima de otros como el entretenimiento; si se hace una pequeña reflexión con los

contenidos que tienen las parrillas diarias los canales nacionales, se puede observar a grandes rasgos que en su mayoría son entretenimiento, farándula, realitys, novelas y aquellos que fomentan la educación, la ciencia y la cultura solo están en horario de baja audiencia o en canales extranjeros.

Cuadro 6. Programas de televisión que prefieren los estudiantes de la UNAD Tunja

RESPUESTAS	Número de encuestados	%
Noticias	68	85,0
Educativos	27	34,0
Culturales	35	44,0
Entretenimiento	42	53,0
Políticos	24	30,0
Deportivos	59	74,0
Otros	18	23,0
No ve	1	1,0
TOTALES	80	=

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014



Fuente: Cuadro 6

En cuanto a la importancia del desarrollo televisivo universitario, el 100,0% de los encuestados está de acuerdo con éste propósito porque a través de él se sale del ambiente rutinizado y repetitivo de la mayoría de canales, especialmente los nacionales y regionales (Ver Cuadro 7, Figura 7).

Cuadro 7. Importancia del desarrollo televisivo universitario según estudiantes encuestados en la UNAD

CONCEPTO	Número de encuestados	%
Afirmativo	80	100,0
Negativo		
TOTALES		100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014



Fuente: Cuadro 7

En cuanto a la importancia de la televisión universitaria en la UNAD, el 100,0% de los de la teoría con la práctica, acentuando a través del proceso de enseñanza aprendizaje consolidar una mayor experiencia de los estudiantes a los que se les permita la utilización de estos espacios (Ver Cuadro 8, Figura 8).

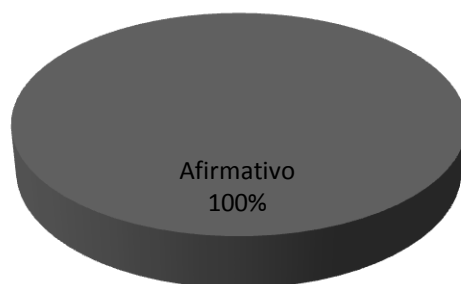
Cuadro 8. Importancia de la televisión universitaria en la UNAD

CONCEPTO	Número de encuestados	%
Afirmativo	80	100,0

Negativo		
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014

Figura 8. Importancia de la televisión universitaria en la UNAD



Fuente: Cuadro 8

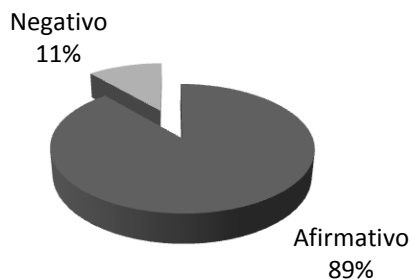
Respecto a la consulta si una universidad debería tener laboratorio de televisión el 89,0% de los encuestados argumenta que sí y el 11,0% restante aduce que no (Ver Cuadro 9, Figura 9). Los estudiantes consideran y visibilizan la necesidad e importancia de contar con un laboratorio de Televisión algunos lo ven como posibles usuarios y otros como televidentes de contenido importante.

Cuadro 9. Consulta sobre si una universidad debe tener laboratorio de televisión

CONCEPTO	Número de encuestados	%
Afirmativo	71	89,0
Negativo	9	11,0
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014

Figura 9. Consulta acerca de si una universidad debe tener laboratorio de televisión



Fuente: Cuadro 9

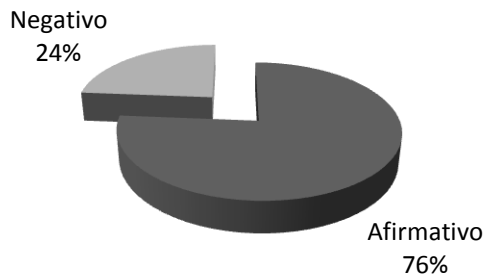
En cuanto a la utilización posible de los servicios de televisión universitaria de la UNAD, el 76,0% de los estudiantes encuestados responde afirmativamente y negativamente el 24,0% (Ver Cuadro 10, Figura 10).

Cuadro 10. Utilizaría el servicio de televisión universitaria en la UNAD

CONCEPTO	Número de encuestados	%
Afirmativo	61	76,0
Negativo	19	24,0
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014

Figura 10. Utilizaría el servicio de televisión universitaria en la UNAD



Fuente: Cuadro 10

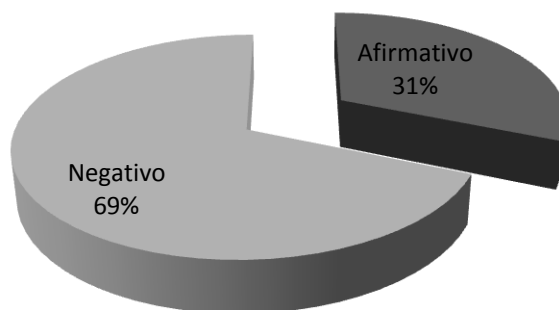
Respecto al conocimiento de los estudiantes encuestados de proyectos de televisión universitaria el 69,0% responde negativamente ante el 31,0% que lo hace afirmativamente (Ver Cuadro 11, Figura 11). Entre esos canales están: Zoom (que promueve presentación de producciones universitarias), el kanal (Uniboyacá), Telesantiago (Juan de Castellanos). Esto canales se ven opacados por la maquina industrial de los canales nacionales como Caracol y RCN, y se visibiliza la falta de promoción de la televisión universitaria y comunitaria en nuestro país.

Cuadro 11. Conocimiento de proyectos de televisión universitaria

CONCEPTO	Número de encuestados	%
Afirmativo	25	31,0
Negativo	55	69,0
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014

Figura 11. Conocimiento de proyectos de televisión universitaria



Fuente: Cuadro 11

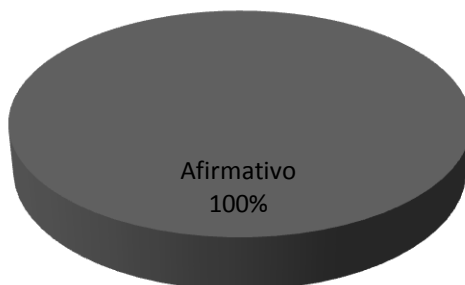
Respecto a la disposición de ver los productos audiovisuales que se elaboren en la UNAD, el 100,0% de los encuestados responde afirmativamente (Ver Cuadro 12, Figura 12).

Cuadro 12. Disposición de ver los productos audiovisuales de la UNAD

CONCEPTO	Número de encuestados	%
Afirmativo	80	100,0
Negativo		
TOTALES	80	100,0

Fuente: encuesta directa aplicada a estudiantes de la UNAD Tunja, 2014

Figura 12. Disposición de ver los productos audiovisuales de la UNAD



Fuente: Cuadro 12

Según los resultados de la entrevista realizada a los estudiantes la percepción general es que existen condiciones y aceptación para la creación de un laboratorio de televisión en la Universidad Abierta y a Distancia de Tunja, en concepto de la población encuestada que al llevarse al total de esta refleja una cuantificación mayor.

3. MODELOS DE LABORATORIOS DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN

A continuación se presenta la descripción de dos modelos de laboratorio de producción de televisión de las universidades de Medellín y la UNAD, para mostrar a través de cita textual en extenso a grandes rasgos las exigencias, infraestructura y necesidades de cada uno, tomando los elementos que se podrían aplicar en el presente estudio.

3.1 UNIVERSIDAD DE MEDELLÍN



Fuente: <http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-produccion-de-television> (20/01/2015)

El Centro de Producción de Televisión es líder en el mercado por su gestión en proyectos audiovisuales de gran factura, su experiencia en la producción de programas en directo, su sistema de emisión y transmisión a través de streaming digital y microondas, y su sistema de montaje y posproducción audiovisual, lo ha ubicado como un Centro más ágil, versátil y profesional en el campo de producción de televisión en Colombia²⁸.

²⁸ <http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-produccion-de-television> (20/01/2015)

El estudio de televisión de la Universidad de Medellín es único en la ciudad y cuenta con un área de 200 metros cuadrados y una altura de 6 metros a la parrilla. Tiene 72 puntos disponibles para instalar luces y una capacidad de 52 kilómetros de luz instalados.

También se cuenta con una amplia sala de producción y edición, dotada de equipos necesarios para hacer el control de las producciones que tienen lugar en el estudio. Estamos en capacidad de ofrecer el soporte audiovisual en formato FULL HD (1920 x 1080) para realizar la producción y posproducción de los videos, programas y comerciales que así lo requieran.

Cabinas para grabación de audio, bodegas para el almacenaje de equipos y camerinos; además, una sala de posproducción digital con equipos AVID de edición no lineal.

El Centro de Producción de Televisión cuenta con un grupo de personas especializadas en la producción y realización audiovisual. Esta dependencia es una unidad adscrita a la Vicerrectoría de Extensión, que nace en el año 2000. Así mismo, durante ese año nace el Canal Universitario de Antioquia, en el que junto con otras 4 instituciones, la Universidad de Medellín le apuesta a tener un medio de comunicación propio.

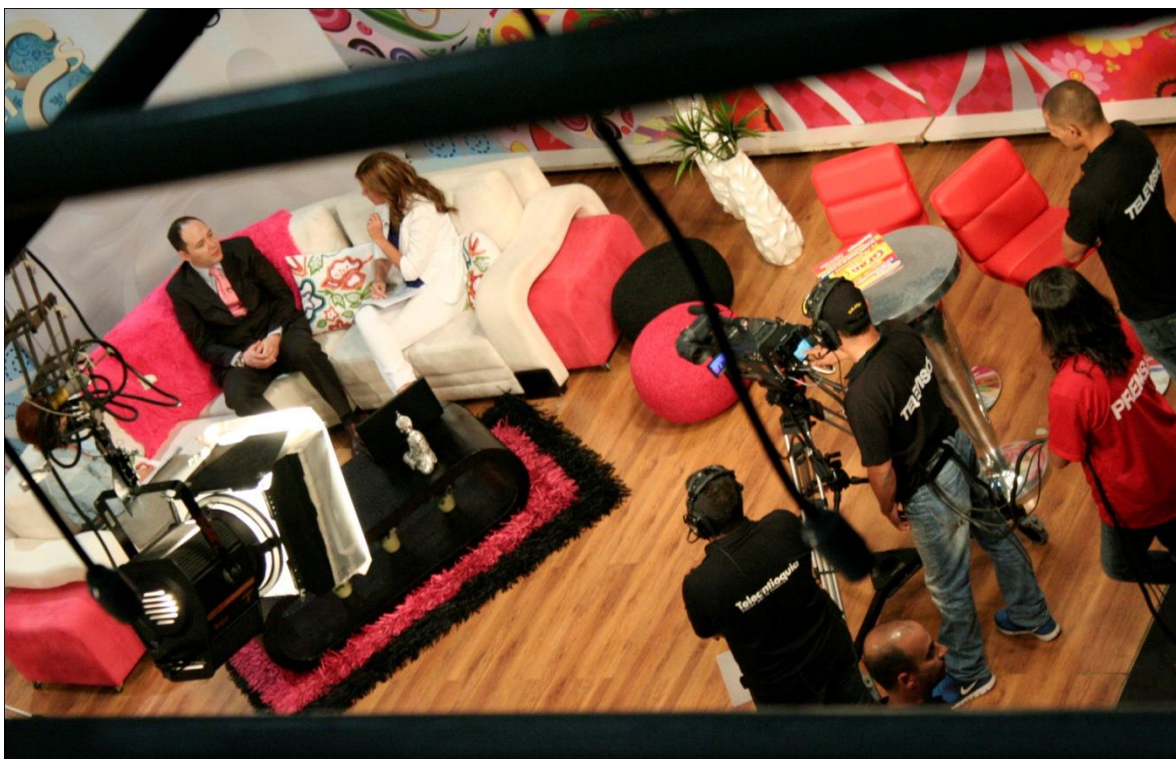
En la actualidad el Centro de Producción de Televisión de la Universidad de Medellín es una productora audiovisual consolidada en el medio, tras haber trabajado con canales y productoras en el ámbito local, regional y nacional. Igualmente ha logrado establecer vínculos con canales internacionales, en los cuales la Universidad de Medellín emite habitualmente sus propias series.

En los últimos 3 años ha incrementado su gestión para la producción conjunta de programas en formatos comerciales, institucionales, de investigación, musicales y de entretenimiento; trabajando de la mano con el Ministerio de Cultura, la Autoridad Nacional de Televisión, Señal Colombia, Colciencias, el Departamento de Antioquia, el Municipio de Medellín, Canal U, Click Colombia y las empresas privadas.



Fuente: <http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-produccion-de-television> (20/01/2015)

Estudio de televisión a la medida de la ciudad. Con 200 metros cuadrados y una parrilla de más de 8 metros de altura, nuestro estudio de televisión cuenta con las características técnicas para realizar pregrabados y producciones en directo con más de 50 personas en escena y la instalación de hasta 4 escenografías simultáneas. La parrilla de luces cuenta con 72 puntos disponibles y una capacidad de 52 kilovatios de luz instalados.



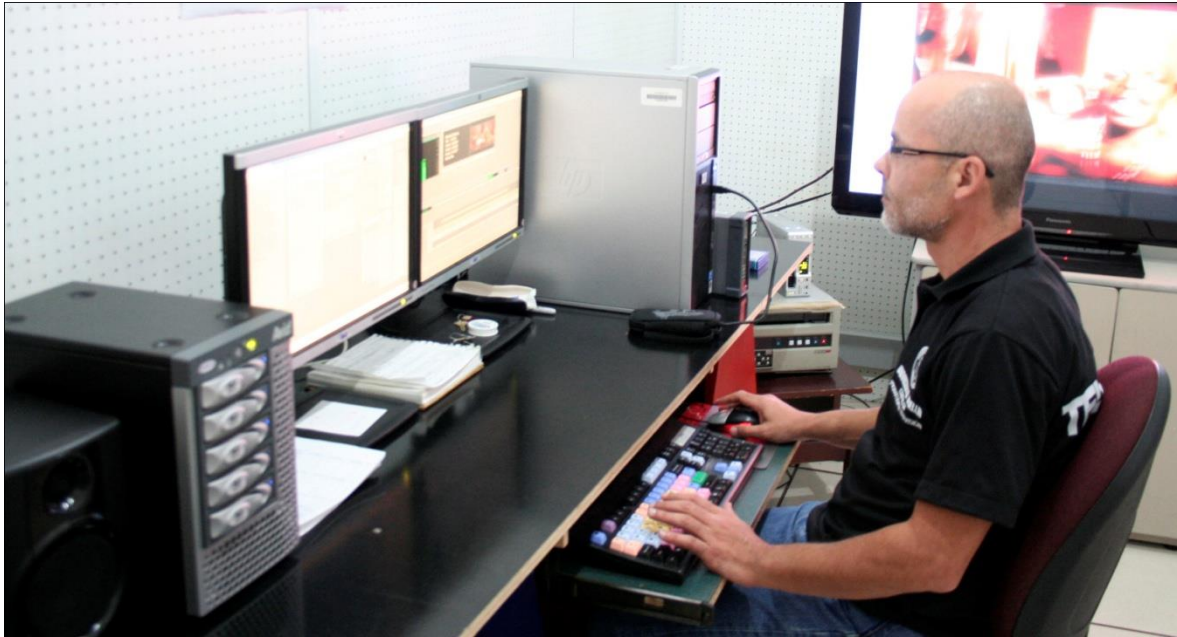
Fuente: <http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-produccion-de-television> (20/01/2015)

Sistema de emisión y transmisión. Contamos con una torre de 15 metros de altura, con visual a toda la ciudad para la transmisión de producciones desde nuestro estudio a cualquier punto de recepción con un solo enlace; igualmente contamos con el servicio de transmisión de audio y video a través de microondas y streaming digital.



Fuente: <http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-produccion-de-television> (20/01/2015)

Producción FULL HD. El Centro de Producción de Televisión, cuenta dentro de su oferta de servicios, con la realización de todas las etapas de la producción de televisión, es decir, realiza desde la conceptualización de nueva programación hasta la posproducción de material en formato HD.



Fuente: <http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-produccion-de-television> (20/01/2015)

Para la producción audiovisual en estudio, este último con un tamaño de 200 metros cuadrados y 9 metros de altura hasta la parrilla de luces, máster para el manejo de 4 cámaras, conectadas a estudio por cable Multipin Core SDI comunicadas por base station, y controladas a través de 2 switcher digitales conectados en cascada. Así mismo cuenta con una consola de audio de 16 canales, un turbo y dos máquinas digitales P2 para el manejo de VTR y una unidad de microondas y streaming digital para emisión.

Para la producción de exteriores, reportajes o televisión de índole corporativo, contamos con cámaras digitales en formato HD, microfónica inalámbrica - alámbrica y boom, luces y demás implementos para una producción de alta calidad.

Posproducción Digital. Con una sala de posproducción dotada de la más alta tecnología en audio y video, el Centro de Producción de Televisión brinda en sus productos audiovisuales la mejor calidad en la estructura, diseño y el montaje de su necesidad audiovisual. Sistema

de edición: AVID con consola de audio protocols y cabina insonorizada para la grabación de textos en voz en off.

NUESTROS PROGRAMAS



Fuente: <http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-produccion-de-television> (20/01/2015)

3.2 CENTRO DE TELEVISIÓN DE LA UNAD

La comunidad universitaria y el sector educativo en Colombia y en el mundo, cuentan con programas en televisión abierta y Web²⁹.

La Vicerrectoría coordina la producción y realización audiovisual para televisión nacional e internacional y videos de material académico, pedagógico y administrativo que se produce desde la UNAD.

De otra parte, opera el Canal UNAD TV en RED: un espacio interactivo audiovisual, de carácter educativo y cultural, que opera a través de la Internet. En su parrilla se emiten programas como Educación y Desarrollo Humano, Olor a región, Ciencia y tecnología y NotiUnad.

Así mismo, el Canal, tiene capacidad para emitir por streaming sus realizaciones televisivas, videos educativos, culturales, informativos o eventos especiales, incluso, en vivo y en directo.

Servicios para otras entidades. Además de la realización periodística de programas y emisión en vivo y en directo de eventos o informativos a través de streaming, la Universidad ofrece los siguientes servicios a instituciones educativas y demás organizaciones que lo requieran:

- *Alquiler de estudio de grabación.* El estudio de grabación es una unidad de servicios compuesta por un equipo humano capaz de brindar asesoría creativa y soporte tecnológico en producción y posproducción de proyectos audiovisuales.

El estudio está equipado con:

²⁹ <http://vimep.unad.edu.co/index.php#television> (20/01/2015)

- Un área de 100 m² y parrilla con luces frías.
 - Paredes insonorizadas.
 - Micrófonos inalámbricos e intercom.
 - Apuntadores.
 - Patch panel de comunicación con el master de producción.
 - Tres cámaras de óptima calidad y definición profesional.
 - Camerino con salas para maquillaje y vestuario.
-
- *Producción y posproducción.* El master de producción dispone de consolas de última generación y unidades que permiten captura de video y conversión en el formato que se requiera. Así mismo, cuenta con equipos de edición no lineal HD.

Esto es de gran utilidad para:

- Grabación y edición de programas de televisión, comerciales, videos institucionales, educativos y promocionales.
- Prácticas de estudiantes de facultades y escuelas de comunicación y televisión y para la grabación de casting y fotografía comercial

Retomando lo expuesto en los dos casos de la referencia, se escogerían elementos y situaciones de ambas, teniendo en cuenta el menor monto de inversión de los recursos, donde tendrían mayor aplicabilidad el ejercicio de la UNAD en Bogotá.

4. PROPUESTA DE REQUERIMIENTOS PARA CONSTRUIR UN LABORATORIO DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN EN LA UNAD DE TUNJA

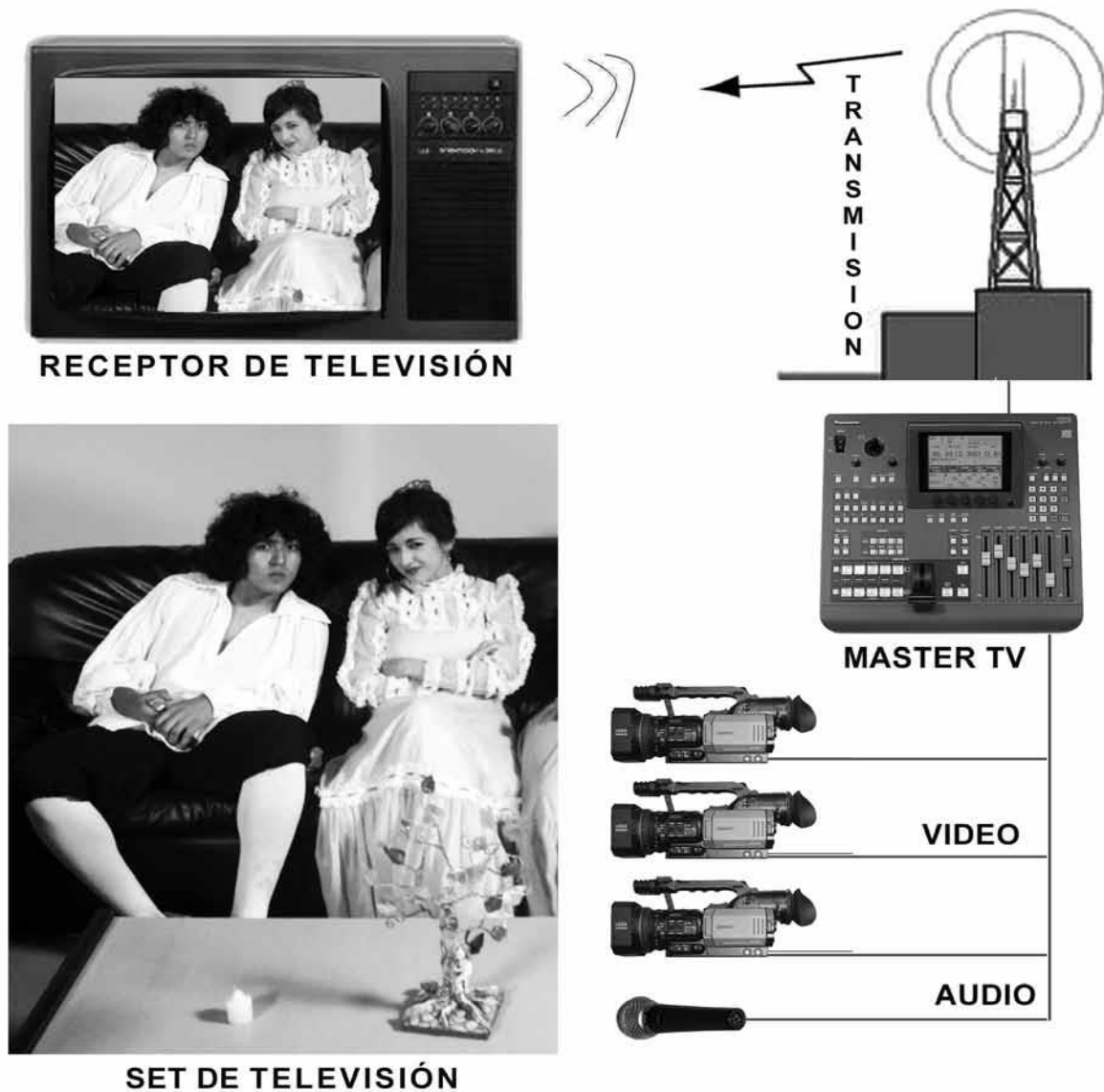
4.1 DESCRIPCIÓN DEL LABORATORIO

Según Prado³⁰, la producción de televisión “no es oficio de una persona, sino una labor conjunta que realizan de manera organizada un grupo de personas que trabajan en equipo, lo que exige de una cuidadosa planeación y una gran precisión en la función que realiza cada una de las partes involucradas; combina conocimientos, habilidades, talento, creatividad y disciplina para llegar a un objetivo común: la producción de televisión de calidad”.

La televisión, “es una producción que se realiza mediante el sistema de multicámara, es decir, varias cámaras conectadas a un sistema de control maestro o máster, donde se mezcla o se selecciona, de manera secuencial y en el orden conveniente, la señal que envía una u otra cámara en un momento y tiempo determinado, para enviarla “al aire”, ya sea que se trate de un programa en vivo o grabado. El sistema de multicámara convierte a la producción de televisión en un medio más complejo que requiere de una mayor cantidad de recursos humanos y de equipos técnicos, e implica una serie de tareas, antes, durante y después de la producción en estudio (o en locación), así como bastante disciplina y concentración” (Ver Figura 13).

³⁰ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 15

Figura 13. Diagrama básico de un sistema de televisión

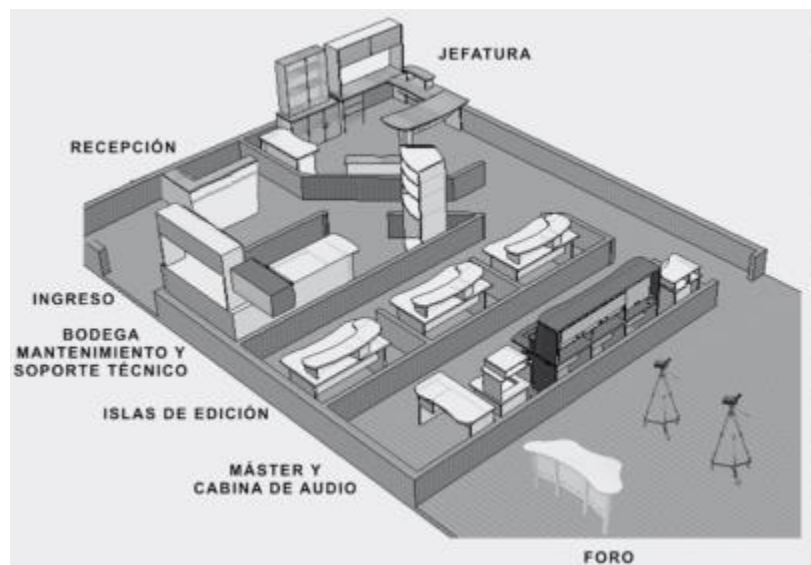


Fuente: PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 15

4.1.1 Ubicación de áreas en el laboratorio. Se define como Laboratorio, al “lugar dotado de los medios necesarios para realizar investigaciones, experimentos y trabajos de carácter científico o técnico” (RAE). Es también “un aula o dependencia de cualquier centro docente acondicionado para el desarrollo de clases prácticas y otros trabajos relacionados con la enseñanza” (Wikipedia). El Laboratorio de Televisión que se observa en la Figura

14, conjuga ambas definiciones. Los criterios que le dieron origen, así como su diseño y distribución espacial persigue esos objetivos. Es indispensable que quienes van a hacer uso de las instalaciones conozcan su diseño y distribución espacial, los cuales se basan en la estructura organizacional del proceso de producción de televisión mediante el sistema multicámara en estudio.

Figura 14. Ubicación de cada área para la producción de televisión mediante el sistema de multicámara

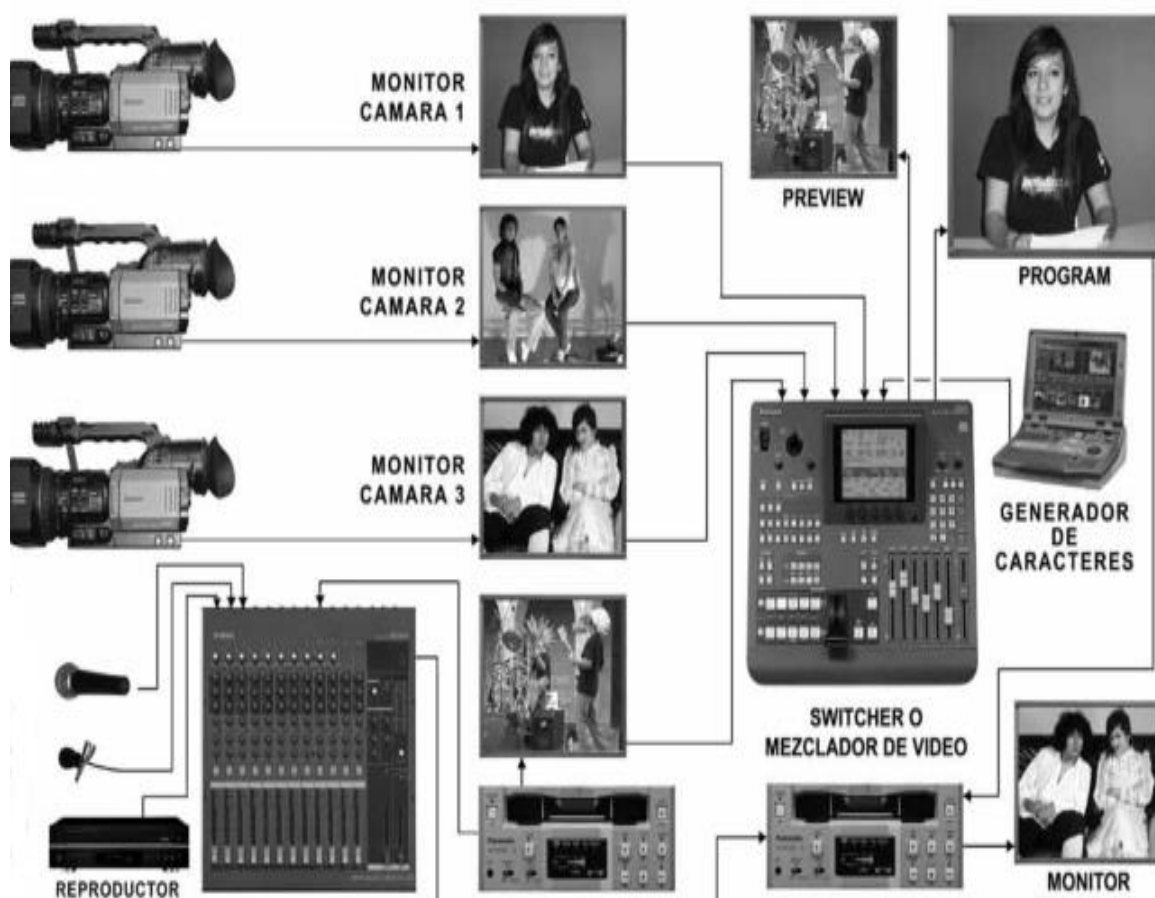


Fuente: PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 19

4.1.2 Diagrama de flujo de un sistema básico de televisión por multicámaras. “En el sistema de televisión multicámara, un flujo de señales de video y audio viajan desde sus diferentes puntos de origen hasta llegar a su destino correspondiente (Figura 15). Las señales más importantes provienen del foro (cámaras y micrófonos), pero no son las únicas. En el apoyo a la producción, es decir, señales de video, audio, gráficos y títulos, provenientes desde otras fuentes, como la VTR o reproductora de videotape, la computadora, el generador de caracteres o el reproductor de CD (todos ellos, ubicados en el máster) y que

consisten en materiales elaborados previamente la realización del programa o práctica: reportajes, sondeos, entrevistas, imágenes de apoyo, gráficos, subtítulos, música y otros sonidos para ambientación. Todas estas señales, que provienen de diferentes fuentes, se van ejecutando y enviando a su dispositivo de monitoreo correspondiente (bocinas y monitores de video y de computadora) y de ahí al switcher o mezclador de video o a la consola de audio para, finalmente y en el momento y orden que indica la escaleta del programa, elegir la señal de video y de audio que van al monitor de Program, esto es, a la salida definitiva del programa que en ese momento se realiza en vivo”³¹.

Figura 15. Diagrama de flujo de un sistema básico de televisión por multicámaras

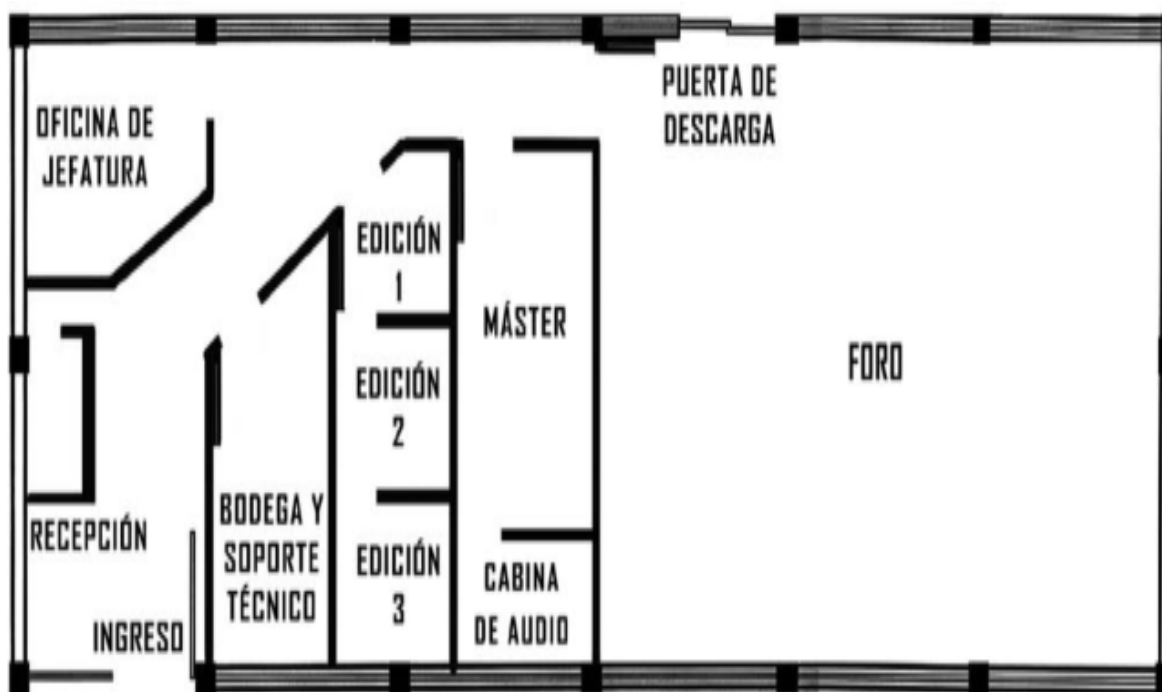


Fuente: PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 24

³¹PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 29

4.1.3 Distribución espacial del laboratorio. “Cada área del Laboratorio (Figura 16) tiene una razón de ser, sólidamente fundamentada en criterios didáctico-pedagógicos para fortalecer tanto la adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades, como el facilitar las prácticas de producción y el uso de las instalaciones en general. El área de Recepción cumple con la función de controlar el acceso a las instalaciones, por cuestiones de seguridad y orden, así como atender a quienes llegan a solicitar información, préstamo de equipo e instalaciones y demás servicios que presta el Laboratorio, como el uso de las Islas de edición, del Foro y el Máster y el ingreso de grupos a las prácticas programadas por los profesores de televisión, de acuerdo al plan de estudios. Es requisito indispensable presentar su credencial vigente de alumno y el plan del trabajo a realizar, para poder ingresar”³².

Figura 16. Distribución espacial del laboratorio de televisión



Fuente: PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 35

³² PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 30.

“Aquí también, profesores y estudiantes, solicitan orientación y asesoría de parte del Jefe del Laboratorio para el mejor aprovechamiento del Laboratorio, del funcionamiento de equipos y de planeación de prácticas. El área de Bodega cumple varias funciones: soporte técnico, para mantenimiento básico a ciertos equipos y aparatos, guardado de herramientas básicas y de implementos para limpieza, fabricación de elementos de utilería y escenografía sencillos y eventualmente también se utiliza como camerino. El área de Edición consta de tres cubículos, cada uno debidamente equipado, y conocidos más comúnmente como Islas de edición. Es allí donde los alumnos realizan sus trabajos de posproducción de audio y video, elaboración de gráficos y otros apoyos a la producción, así como la edición de tareas en video. El área de Foro y Máster son dos elementos indisolubles y se ubican al fondo de las instalaciones, por ser las áreas que requieren mayor aislamiento físico, acústico, climático y humano, por lo que su acceso es más restringido y sólo pueden ingresar quienes realizarán sus prácticas de producción en compañía y con la supervisión de sus respectivos profesores, previa solicitud, así como personal de producción e invitados especiales autorizados”³³.

4.1.4 El foro y sus sets o espacios escénicos. El foro, como se dijo antes, es el “corazón de la producción de televisión; es donde se da vida al guión en un ambiente de trabajo intenso por parte de todos los participantes: staff técnico, elenco e invitados. En el foro tienen lugar las escenas a grabar, trátense de meros ejercicios de práctica o de producciones formales. Lo que ahí sucede se envía a través de las líneas de video y audio hacia el máster, donde se coordina, dirige y graba la producción. Foro y máster son dos elementos complementarios, indispensables para hacer televisión. Por ahora nos ocuparemos del foro, sus funciones y cómo está constituido”³⁴.

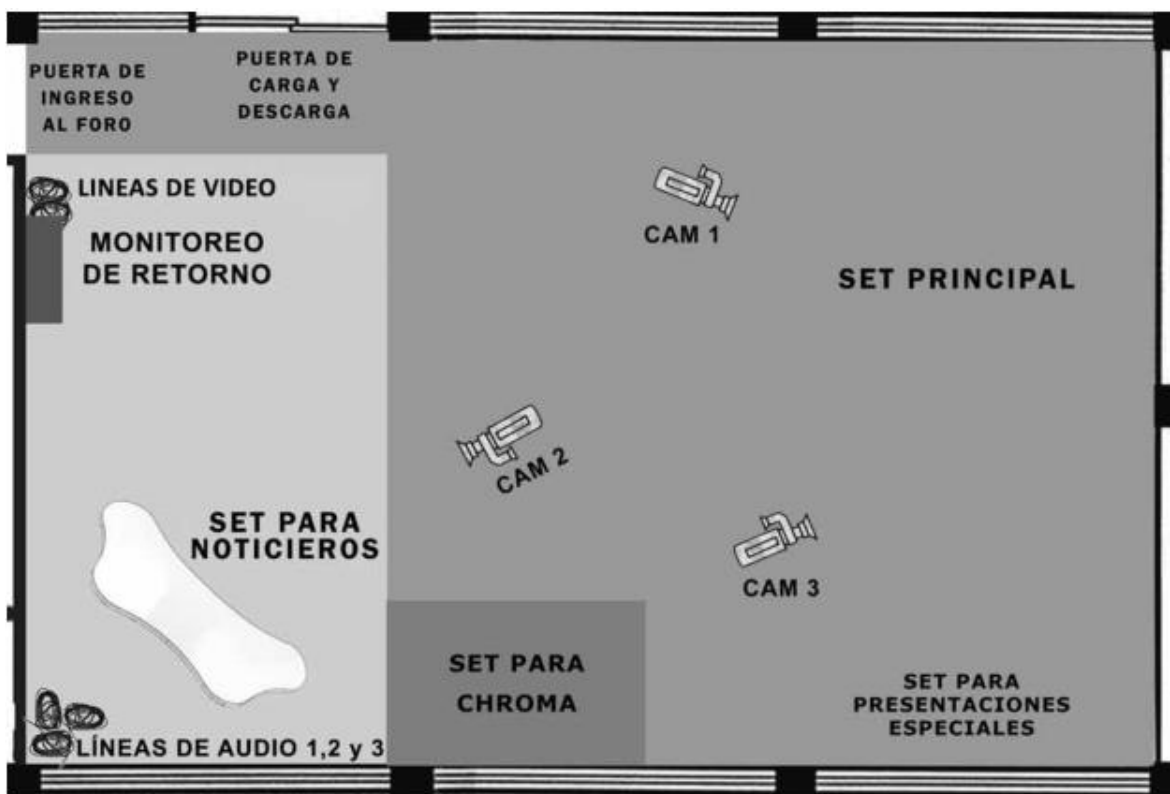
El Foro de televisión (Figura 17) “está equipado y acondicionado, para su mejor utilización y aprovechamiento, con diversos equipos e implementos técnicos indispensables para la

³³ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 30.

³⁴ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 31

producción, tales como cámaras, sistema de iluminación, líneas de audio y video y sistema de intercomunicación con el Máster, etc. La descripción y funcionamiento de estos equipos (y los del Máster) se aborda con profundidad en el capítulo correspondiente, más adelante en este manual, con el fin de que profesores, estudiantes de periodismo y todo aquél interesado en hacer uso de las instalaciones puedan operarlos y aprovecharlo de una manera más eficaz³⁵.

Figura 17. El foro y sus sets o espacios escénicos



Fuente: PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 48

El foro del Laboratorio está conformado por “tres espacios escénicos, conocidos comúnmente como sets: el set principal, el set para noticieros y el área de chroma, los

³⁵ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 30

cuales pueden modificarse según las necesidades de la producción. Cada uno de estos espacios se acondiciona y decora por parte de los usuarios con base en sus necesidades de producción y a las características propias de cada proyecto o práctica. Por ello resulta indispensable que los profesores que imparten las materias de televisión acudan con sus alumnos al inicio del curso a fin de que conozcan el foro, sus dimensiones, y la disposición de sus diferentes espacios. Lo que se permite, en este espacio, es el montaje de elementos escenográficos ligeros y no riesgosos, sujetos a las parrillas para iluminación y que se ubica en la parte superior o bóveda del foro”³⁶.

Set principal. “Este espacio, por su relativa amplitud, es más versátil y permite el montaje de escenografías especiales, por lo cual no solamente es utilizado por estudiantes de Comunicación, sino de otras carreras que se adelantan en la UNAD. En este set se realizan charlas, presentaciones musicales y artísticas, debates, entrevistas y foros de análisis, tanto entre estudiantes como con invitados; desde investigadores, académicos y especialistas en los temas que se abordan.

Set para noticieros. Esta área es utilizada, principalmente, por los estudiantes de periodismo. En ella realizan sus prácticas de conducción de noticieros e informativos. Consta de una mesa de conducción para uno, dos o hasta tres conductores simultáneamente a cuadro.

Set para presentaciones especiales. El foro de televisión permite el acondicionamiento de sets temporales pequeños, para grabar stands en foro y conducciones especiales de diversas secciones, que no requieren de un espacio demasiado amplio y que utilizan decorados sencillos. En estos casos, se utilizan únicamente una o dos cámaras, sólo para hacer algunas variaciones de encuadres o tomas de detalles”³⁷.

³⁶ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 31.

³⁷ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 32

El monitor de retorno. “Dentro del foro existe un monitor de televisión cuya función es la de mostrar a los conductores y personal de producción que ahí se encuentran, la señal de video proveniente desde program del máster, a fin de que puedan observarse a sí mismos y a la vez, saber en qué momento están “al aire”. Esta señal es la que está siendo grabada en tiempo real.

Área de chroma o reemplazo de color. El chroma-key o “clave de color” es un efecto que se realiza, tanto en producción en vivo como en post producción y sirve para reemplazar un fondo por otro.

El foro del Laboratorio de televisión cuenta con un área para chroma, cuyo fondo es total y uniformemente de un color verde, conocido en el medio como “verde croma”, especialmente elegido para ese fin, delante del cual se coloca el o la presentadora y de frente a la cámara. Lo que sucede, cuando se aplica este efecto o recurso técnico, es que se “borra” prácticamente en su totalidad dicho fondo verde para ser reemplazado por otro cualquiera, trátese de otro color, un gráfico, una fotografía o video en movimiento. Por ello debe tenerse cuidado en que quien aparezca frente al fondo verde no lleve vestuario u objeto alguno de este color, de lo contrario, dicho objeto será también “borrado y aparecerá transparente. Aunque la condición para aplicar el efecto de Chroma es la de utilizar un fondo uniforme de cualquier color, se recomienda, no obstante, utilizar el “verde croma”. Si se utilizara, por ejemplo, un fondo de color rojo, se correría el riesgo de “borrar” parte del personaje a cuadro, por ser este color el componente de mayor presencia en la piel humana. Lo mismo puede ocurrir con cualquier otro color de uso común, como las tonalidades de azul, morado o rosa, presentes con bastante frecuencia en prendas y objetos de vestir. Es por ello que se recomienda que los presentadores que se ubican en el área de chroma no usen ninguna prenda ni objeto de color verde, o también será reemplazado, es decir, “perforado”. Una última observación al utilizar este efecto es que la cámara deberá estar totalmente fija y no utilizar tampoco el zoom”³⁸.

³⁸ PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011. p. 32

“Cuando la producción es en vivo, desde el máster se “perfora” el fondo, es decir, se reemplaza mediante el efecto de chroma-key del switcher, sustituyéndolo por imágenes fijas o de video en movimiento, mismas que aparecen detrás del presentador. En postproducción, la perforación o reemplazo se realiza mediante el propio software de edición, como el Final cut o el Premier”³⁹.

4.2 NATURALEZA Y OBJETIVOS DEL LABORATORIO

4.2.1 Naturaleza. El Laboratorio de televisión estará dedicado al desarrollo de prácticas de pregrado, extensión e investigación en el campo de la comunicación social en el área de los audiovisuales e integración con otras carreras, promoviendo la participación activa de los estudiantes desde los primeros semestres, a través de un trabajo académico secuencial que culmina en el último semestre, el cual será evaluado como trabajo de grado, por tanto, sus contenidos han de ser relevantes, al igual que la problemática que trata, contribuyendo de esta manera en forma efectiva al desarrollo de la región a través del descubrimiento y aprovechamiento de las ventajas comparativas de cada municipio.

4.2.2 Objetivos. Facilitar un espacio académico – investigativo para que estudiantes y docentes desarrollen competencias necesarias en el manejo de medios de comunicación audiovisuales, teniendo en cuenta la aplicación de géneros y formatos televisivos.

³⁹ Ibid. p. 33.

4.3 INFORMACIÓN TÉCNICA

4.3.1 Recursos humanos

PERSONAL ESPECIALIZADO	CANTIDAD	FUNCIÓN
Jefe de Laboratorio	1	Responsable del manejo organizacional
Técnicos	2	Operatividad
Estudiantes último semestre Comunicación	6	Monitores
Auxiliar administrativo	1	Apoyo en tareas de producción

4.3.2 Infraestructura física.

Superficie: 60 m²

Capacidad Máxima de estudiantes: 30

Horario: 6 AM a 10:00 PM.

4.3.3 Dotación de equipo.

- Micrófonos inalámbricos e intercom.
- Apuntadores.
- Patch panel de comunicación con el master de producción.
- Tres cámaras de óptima calidad y definición profesional.
- Camerino con salas para maquillaje y vestuario.

El costo aproximado será de \$25.000.000 en su etapa inicial (Ver Anexo 2).

4.3.4 Servicios que prestará. Además de la realización periodística de programas y emisión en vivo y en directo de eventos o informativos a través de streaming, la Universidad ofrece los siguientes servicios a instituciones educativas y demás organizaciones que lo requieran:

- *Alquiler de estudio de grabación.* El estudio de grabación es una unidad de servicios compuesta por un equipo humano capaz de brindar asesoría creativa y soporte tecnológico en producción y posproducción de proyectos audiovisuales.

- *Producción y posproducción.* El master de producción dispone de consolas de última generación y unidades que permiten captura de video y conversión en el formato que se requiera. Así mismo, cuenta con equipos de edición no lineal HD.

Esto es de gran utilidad para:

- Grabación y edición de programas de televisión, comerciales, videos institucionales, educativos y promocionales.

- Prácticas de estudiantes de facultades y escuelas de comunicación y televisión y para la grabación de casting y fotografía comercial

4.4 FUENTES DE RECURSOS

- En primer lugar está la UNAD, que al apoyar la presente propuesta para que los estudiantes de Comunicación Social asuman conjuntamente con este centro la responsabilidad de involucrarse mediante la investigación en los problemas sociales especialmente y su divulgación, de tal manera que al combinar la teoría con la práctica secuencialmente el Profesional, presente una recopilación seria de su investigación como trabajo de grado. De cada una de las matrículas de los estudiantes de la región podría destinarse un porcentaje aproximado al 3,0% en cada semestre para dicha financiación, cuya máxima autoridad será la Vicerrectoría Académica.

- Trabajo mancomunado de Comunicación Social con el resto de programas, para que los estudiantes con el apoyo de los de CS, inicien sus investigaciones tempranamente y culminen con un trabajo que muestre resultados positivos, reemplazando la monografía y la práctica.

- Convenios con autoridades locales, regionales, nacionales, universidades extranjeras y ONG que promuevan la investigación, incluyendo las de Derechos Humanos.
- Producción conjunta de programas en formatos comerciales, institucionales, de investigación, musicales y de entretenimiento; trabajando de la mano con el Ministerio de Cultura, la Autoridad Nacional de Televisión, Señal Colombia, Colciencias, el Departamento de Boyacá, el Municipio de Tunja, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, Ministerio de Agricultura y las empresas privadas.

5. CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los estudiantes de la UNAD Tunja, muestran gran aceptación para la instalación de un laboratorio de producción de televisión porque es una necesidad que la Universidad Nacional Abierta y A Distancia UNAD, que disponga con estos espacios tan necesarios para informarles, generar programas comunitarios que involucren a poblaciones vulnerables con los múltiples problemas que afectan a la ciudad y al entorno.

Respecto al gusto y preferencia de los estudiantes de la UNAD de Tunja por la televisión el 99,0% la ve y sólo el 1,0% expresa concepto negativo Es una realidad que la sociedad Colombiana tiene un gusto importante por la televisión, este es uno de los medios de comunicación favoritos alrededor del cual las familias centran su atención y logran compartir y debatir frente a los contenidos de esta.

En las preferencias de los estudiantes respecto a los programas de televisión que prefieren un 85,0% (respuestas múltiples) prefiere las noticias; 74,0% las deportivas; 53,0% las de entretenimiento; 44,0% culturales; 34,0% educativos; 30,0% políticos; 23,0% otros (dedicados a la investigación científica, agricultura, ganadería, horticultura, etc.) y el 1,0% no ve televisión. En este ítem de indagación se evidencia como los estudiante prefieren las noticias, los programas educativos y culturales, por encima de otros como el entretenimiento.

El 100,0% están de acuerdo con la importancia de la televisión universitaria en la UNAD, y la necesidad de llevar la teoría a la práctica; a través del proceso de enseñanza aprendizaje consolidar una mayor experiencia de los estudiantes a los que se les permita la utilización de estos espacios.

Respecto a la pregunta orientada a identificar la importancia de la creación de un laboratorio de televisión en la Universidad el 89,0% de los encuestados argumenta que sí y

el 11,0% restante aduce que no Los estudiantes consideran y visibilizan la necesidad e importancia de contar con un laboratorio de Televisión algunos lo ven como posibles usuarios y otros como televidentes de contenido importante. La televisión universitaria es una nueva propuesta formulada para la convulsión social, política, económica y cultural que cuestionan lo cotidiano y generan espacios comunitarios.

En este caso un laboratorio de producción de televisión en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia Nodo Zonal Tunja permitirá a los estudiantes de comunicación social y de otros programas de la Zona Centro Boyacá ZCBOY que estén interesados realizar las prácticas continuas en producción, realización y edición de televisión universitaria, las cuales iniciarían desde los primeros semestres a través de un record de producción secuencial que culmina con el grado de cada uno a través de una teoría con un altísimo record de práctica, especialmente enfatizada en problemas sociales de gran impacto.

En los capítulos anteriores se presentan dos modelos de laboratorios con avance tecnológico y de avanzada, como son las Universidades de Antioquia (Medellín) y Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD de Bogotá, lo cuales sirven como referente teórico y metodológico en la construcción y requerimientos de un laboratorio de televisión en la Zona Centro Boyacá.

La experiencia en el medio es un factor determinante donde la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, ocuparía un lugar destacado, porque sería la encargada de capacitar a los estudiantes de los dos últimos semestres de Comunicación Social para que ellos sean los motivadores, impulsores y continuadores de un ejercicio que no culminaría nunca.

RECOMENDACIONES

Se recomienda realizar un estudio descriptivo y posteriormente de factibilidad, para poder determinar con exactitud los recursos económicos, físicos y humanos para la creación del laboratorio de Televisión en la UNAD, Zona Centro Boyacá; esto como elementos investigativos posteriores que reafirmen lo que se concluye en el presente documento.

Es importante que se fomente en los estudiantes de comunicación social las prácticas en campos de ejercicio del comunicador, en la revisión de literatura las diferentes universidades que ofrecen este programa académico cuentan con un laboratorio de medios que permite a los estudiantes desarrollar mayores y mejores competencias laborales y profesionales, por otra parte los estudiantes de la UNAD zona Centro Boyacá no cuentan con un lugar idóneo dotado con los equipos necesario para adquirir destrezas más allá de la teoría y deben desplazarse a otros Cead para poder realizar los componentes prácticos incrementando los costos educativos y reduciendo la posibilidad de desarrollar mejores productos, y aportes a la comunidad.

El laboratorio de Televisión en la UNAD zona centro Boyacá es un proyecto que debe realizarse, pues es de vital importancia para los comunicadores sociales, la comunidad educativa y la posible audiencia, este estudio se presentó solo como un documento exploratorio y teórico, se recomienda profundizar en cada uno de los ítems que aquí se desarrollan, para que futuros investigadores retomen lo aquí señalado y lleven a cabo la construcción formal de este espacio.

Para otros investigadores, se hace importante la construcción de documentos empíricos que puedan evidenciar la importancia de la comunicación con enfoque comunitario y social, así como la necesidad que los programas académicos en comunicación social faciliten a los estudiante espacios donde desarrollar las prácticas profesionales aprovechando las diferentes facilidades que ofrecen en la actualidad las tecnologías de la información y la comunicación TIC.

BIBLIOGRAFÍA

BARBERO, Jesús Martín. Colombia, medios y cultura. Bogotá: Universidad Javeriana, 2006. “De la ciudad mediada a la ciudad virtual”. TELOS nº 44, Madrid.1996.

Colombia aprende: Reseña de Omar Rincón. Los 10 mandamientos para hacer televisión educativa (28-04-14).

http://www.colombiaaprende.edu.co/html/mediateca/1607/article-74983.html#h2_1.

<http://calidad.unad.edu.co/documentos/sgc/instructivos/I-2-5-1.pdf>

<http://vimep.unad.edu.co/index.php#television>

http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/television_colombia.htm

(28-01-14)

<http://www.udem.edu.co/index.php/servicios/centro-de-produccion-de-television>

<http://www.zoomcanal.com.co/LinkClick.aspx?fileticket=5NcYZRIG8OI%3D&tabid=696>

(28-04-14)

N. García Canclini, Culturas híbridas, ps. 280 y ss., Grijalbo, México, 1990; G. Gimenez, y R. Pozas (Coord.), Modernización e identidades sociales, UNAM, México, 1994; W. Rowe / V. Scheling, Memory and Modernity. Popular culture in Latinoamérica, Verso, London, 1991

PRADO MORA, José Guadalupe. El laboratorio de televisión como espacio didáctico. México – Guadalajara: Universidad de Guadalajara, 2011.

PUCHE QUINTERO, Jorge Alberto. Zoom Canal Universitario Nacional. Semillero de idea y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes. Bogotá: Zoom, 2011. Disponible en: <http://www.zoomcanal.com.co/LinkClick.aspx?Fileticket=5NcYZRIG8OI%3D&tabid=696> (28-04-14).

ANEXOS

Anexo 1. MODELO DE ENCUESTA:

Encuesta dirigida a 30 estudiantes de la universidad abierta y a distancia (UNAD) 50 hombres y 50 mujeres en edades de 17 a 32 años de diferentes programas profesionales:

Encuesta para evaluar el lanzamiento de un laboratorio de producción de televisión en la Universidad Nacional Abierta y a Distancias -UNAD Nodo Tunja.

1. ¿Usa académicamente material audiovisual como apoyo para su desarrollo estudiantil?

- Si
- No

3. ¿Ve televisión con qué frecuencia?

- Más de una hora
- Menos de una hora

4. ¿Qué programas de televisión prefiere?

- Noticias
- Educativos
- Culturales
- Entretenimiento
- Políticos
- Otros

5. ¿Considera importante el desarrollo de televisión universitaria?

- Si
- No

6. ¿Es importante la televisión universitaria en la UNAD?

- Si
- No

7. ¿Considera que una universidad debe tener laboratorio de televisión?

- Si
- No

8. ¿Utilizaría el servicio de televisión universitaria de la UNAD?

- Si
- No

9. ¿Conoce proyectos de televisión universitaria?

- Si
- No

10. ¿Estaría dispuesto a ver los productos audiovisuales de la UNAD?

- Sí
- No

11. Si la universidad tuviera un espacio televisivo usted realizaría prácticas profesionales en la UNAD?

- Si
- No

Anexo 2. Costo inicial parcial del laboratorio

Cuadro 2. Inversion en Maquinaria y Equipo. Precios corrientes de 2014.

Detalle de Inversión.	Unidad.	Cantidad.	Costo Unit.	Costo Total.	Vida Útil (Años).
MÁQUINAS.					
camara de video Sony Hrx-mc2000n	Unidad.	2	\$ 3.750.000	\$ 7.500.000	5
Tripode Profesional Beston Para Video Y Fotografía	Unidad.	2	\$ 64.900	\$ 129.800	5
Tripode de iluminacion Para Estudio	Unidad.	1	\$ 180.000	\$ 180.000	5
Consola De Sonido 32 Entradas Behringer Sx-3242fx	Unidad.	1	\$ 1.599.000	\$ 1.599.000	5
Claqueta Pearstone En Acrilico, Para Video Y Cine Clap	Unidad.	2	\$ 80.000	\$ 160.000	5
EQUIPOS.					
Computador Todo En Uno Hp Pavilion 23-g001	Unidad.	1	\$ 1.150.000	\$ 1.329.000	5
Kit 4 Microfonos Inalambricos Mano Solapa Diadema Ins	Unidad.	1	\$ 299.900	\$ 299.900	5
Audifonos Profesionales Estudio Behringer Hps3000 Hps	Unidad.	2	\$ 65.000	\$ 130.000	5
Equipo 4.	Unidad.	0	\$ 0	\$ 0	5
Equipo 5.	Unidad.	0	\$ 0	\$ 0	5
Equipo 5.	Unidad.	0	\$ 0	\$ 0	5
HERRAMIENTAS (Consumible menor a un año)					
Herramienta 1.	Unidad.	0	\$ 0	\$ 0	
Herramienta 2.	Unidad.	0	\$ 0	\$ 0	
Herramienta 3.	Unidad.	0	\$ 0	\$ 0	
TOTAL:				\$ 11.327.700	

Fuente: Cotizaciones realizadas por los Autores. Octubre de 2014.