



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**DISEÑO DE PRODUCCIÓN DEL
PROGRAMA MAGAZINE INTERCONEXIÓN
PRODUCIDO PARA TV UNAM**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CON ESPECIALIDAD EN
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
P R E S E N T A
MAYRA LIZETHE GÓMEZ ANGELES

ASESOR:

MTRO. EDUARDO FERNANDO AGUADO CRUZ
MÉXICO, D.F.

2010





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

A Dios:

Por dejarme llegar hasta aquí con todo lo que tengo, lo que he logrado, lo que he aprendido, por darme sostén y rodearme de buenas personas de quienes trato de tomar lo mejor. Le pido y ruego que me de la oportunidad de llegar más lejos y ayude, como a mi, a quienes se encuentran en este *largo y sinuoso camino*.

A mis padres

Porque Dios no pudo haberme dado mejores. Gracias por sus enseñanzas, por su apoyo, por su cuidado, por ayudarme a crecer, por darme más de lo que pueden sin esperar nada a cambio y por todo eso que ustedes como padres saben... Sin ustedes no estaría aquí, no tendría nada, no sé quién sería... Gracias por darme la oportunidad de equivocarme y socorrerme cuando sucede... Gracias por no dejarme caer y darme la oportunidad de demostrarles que puedo ser mejor.

Acepten mi regalo...

A mi hermana

Porque a pesar de todo siempre estás ahí en las buenas y en las malas. Gracias por ser como eres conmigo y nunca dejarme de querer. Por enseñarme que todo necesita de tu mejor sazón... Deseo que alcances tus sueños y llegues también muy lejos.

Créeme, si yo puedo tu también, pero recuerda: nadie dijo que sería fácil.

A Rul

Las alegrías que me has dado no se comparan con nada en el mundo. No deseo estar en otro lugar haciendo otra cosa ni con nadie más. Nos conocimos como estudiantes, hemos madurado, evolucionado y crecido juntos. Me encantaría seguir haciéndolo si tu me lo permites... Gracias por tenerme paciencia, aconsejarme, apoyarme, cuidarme... Quiero que compartamos lo que tenemos y construyamos lo que queremos *many years from now*... ¡Te amo!

A los Gómez y Ángeles

Por aconsejarme, por hacerme reír, porque sé que siempre contaré con ustedes, por ser tan buenas personas.

A los Marín Cerón

Por abrirme las puertas de su casa y porque también he aprendido de ustedes.

A mis amigos

Porque desde la prepa y en la fac hemos compartido infinidad de cosas y a pesar de vernos poco siempre me arrancan carcajadas y nos pasamos muy ricos y frescos momentos... ¡Cheers!

Especialmente agradezco a Lalo quien me sacó de un bache existencial y me hizo más fácil el camino. Eres un gran maestro y no dudo que lo seguirás siendo pues es tu vocación. De igual forma agradezco a mis sinodales quienes, sin ninguna obligación, se tomaron el tiempo para ayudarme. Gracias a todos...

ÍNDICE

Introducción	1
1. LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA	
1.1. Antecedentes	8
1.2. Nacimiento de TV UNAM	13
1.3. Objetivos 1985-2003	15
1.4. Situación actual e Importancia de la televisión universitaria	20
2. TV UNAM	
2.1. Misión y visión	24
2.2. Canal Cultural de los Universitarios	28
2.2.1. Cobertura y transmisión	29
2.2.2. Programación	33
2.2.3. Producciones propias	37
2.2.4. Co-producciones	39
2.3. Servicios que ofrece TV UNAM	41
2.3.1. Servicios a dependencias administrativas y académicas	42
2.3.2. Servicios técnicos	44
2.3.3. Servicios al público en general	45
2.4. Vinculación con comunidad estudiantil	47
2.5. Procedimientos para la producción de programas	49
2.6. Diagnóstico entre la comunidad universitaria	51
3. DISEÑO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA <i>INTERCONEXIÓN</i>	
3.1. Preproducción	72
3.2. Secciones	79
3.3. Presentadores	80
3.4. Locaciones	81
3.5. Necesidades de producción	82
3.5.1. Recursos humanos	82
3.5.2. Recursos materiales	84
3.5.3. Recursos técnicos	83
3.6. Guión literario piloto	85
3.7. Guión técnico piloto	87
3.8. Guía de continuidad	95
3.9. Breakdown	101
3.10. Producción	104
3.11. Postproducción	108
3.12. Presupuesto	109
3.13. Investigación	112

Conclusiones	128
Fuentes	133
Anexo 1	138
Anexo 2	140

INTRODUCCIÓN

La televisión universitaria se ha consolidado poco a poco en nuestro país desde la década de 1960. Al comienzo transmitía contenidos con fines educativos dentro de las aulas, mediante circuitos cerrados en distintas facultades. Posteriormente al ver las posibilidades de la televisión como medio de comunicación, se produjeron series como: *Información profesional, Actualidades universitarias* o *el Cine en la cultura*.

Hasta ese momento la televisión universitaria, que se transmitía por televisión abierta, funcionaba como una alternativa para las audiencias pues no sólo producía materiales educativos sino también programas que difundían el quehacer de la Universidad, proporcionaban información de actualidad y diferentes tipos de asesorías a los estudiantes y al público en general sobre temas de interés. De esta manera, se diferenciaba claramente de la televisión comercial por los contenidos que producía y transmitía.

Recordemos que este tipo de televisión, a decir del Dr. Javier Esteinou en su artículo *La televisión universitaria dentro del horizonte del servicio público*: debe comprender a las audiencias de manera integral para producir contenidos diferentes de calidad¹ y así promover un vínculo que permita a estas audiencias estar informadas de acontecimientos relevantes realizados en la Universidad.

Con el tiempo, la falta de políticas que procuraran su desarrollo, cohesionaran el trabajo tanto al interior como al exterior de la Universidad, así como el surgimiento de dependencias con funciones similares de televisión, provocó el retraso y evolución de la televisión universitaria en sus funciones sustanciales después de haber producido programas con contenidos significativos y haber tenido presencia a nivel nacional con una señal por televisión.

¹ Javier Esteinou, "La televisión universitaria dentro del horizonte del servicio público", *Razón y palabra*. Marzo-abril 1996. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n2/univer.htm> [Consulta: 23 may. 2008].

Finalmente, en 1985 quedó conformada la Dirección General de Televisión Universitaria, mejor conocida como TV UNAM. Desde ese entonces (como veremos en el capítulo uno) sus objetivos y misión se han ampliado según la dirección del encargado en turno para priorizar el fomento educativo y académico (docencia) o a un plan más integral dirigido también al desarrollo de los estudiantes universitarios y la sociedad.

Desde 2004, tiene como visión ser “[...] el medio de expresión de la diversidad y riqueza cultural, artística, científica y de pensamiento universitarios a través de la producción y transmisión televisivas para fomentar la vinculación entre los universitarios y la de la Universidad con la sociedad [...]”²

Recordemos que la televisión universitaria es de las pocas en nuestro país que cuentan con un canal de televisión que llena un hueco hecho por la televisión comercial. Es necesario comentar que como sociedad tenemos derecho a tener esa otra opción, ya que transmite contenidos y expresiones del conocimiento humano que solamente llegan a la población a través de canales culturales.

Para lograr lo anterior, como televisora y casa productora transmite el Canal Cultural de los Universitarios por los sistemas de paga Cablevisión y SKY (cuya información se desglosará durante el capítulo dos). Además, produce videos dirigidos a la docencia y transmite programas de divulgación científica, cultural y artística bajo seis ejes temáticos: arte, ciencia y tecnología, pensamiento y opinión, cine, música y sociedad.

También trasmite programas especiales, series, miniserias, documentales, películas, teleteatro, conciertos e informativos. Algunos de sus programas son *Cuéntame un cuadro*, *Maestros detrás de las ideas*, *Argumentos* y *Concierto OFUNAM*. De esta manera, podemos notar que el canal tiene una programación muy variada que consideramos, tiene la capacidad de cubrir gran parte del gusto de la audiencia joven a la que va dirigido.

² TV UNAM [en línea]. México. Dirección General de Televisión Universitaria c2008. <http://www.tvunam.unam.mx> [Consulta: 23 may. 2008].

Sin embargo, y debido a que TV UNAM tiene como misión difundir el conocimiento universitario y fomentar el vínculo entre los universitarios, del 21 de abril al 5 de mayo de 2008 realizamos un monitoreo en su programación para saber si existía algún programa dedicado a los estudiantes universitarios que englobara a las diferentes áreas de investigación en la UNAM y tomara en cuenta a los centros universitarios fuera de Ciudad Universitaria (CU), es decir, Facultades de Estudios Superiores (FES), escuelas e institutos.

Actualmente, el programa *Inventario* comparte ciertas características. Se trata de una revista informativa semanal que difunde *la agenda cultural universitaria*: los hechos y eventos culturales relevantes a cargo de la dependencia de Difusión Cultural dentro del campus CU (durante el monitoreo no se identificó ninguna nota dedicada a las FES, escuelas o institutos de investigación).

Debido a esta situación creemos necesario la incorporación de un programa que dé a conocer el quehacer de la Universidad en sus institutos de investigación, facultades, FES y escuelas, no sólo en el ámbito académico sino también que englobe los diferentes actos de los que es partícipe el estudiantado como concursos, eventos y actividades académicas extracurriculares.

Este proyecto atenderá a todos los campus de la UNAM, pero en mayor medida a las entidades fuera del campus CU, las cuales no tienen atención suficiente ni un espacio en televisión universitaria donde de acuerdo al monitoreo realizado, en escasas ocasiones se mencionan durante el programa *Inventario*; por otro lado, cuentan con una gaceta local en cada campus, escuela o instituto.

De ahí la necesidad de proponer la producción de un programa cuyo contenido primordial sea la información proveniente de los centros externos al campus central para dar la oportunidad de tener un espacio televisivo en el que se difunda información primordial de cada uno.

¿Por qué es necesario un programa televisivo con esas características? Porque consideramos que así se podría fortalecer el vínculo entre y con los estudiantes universitarios mediante la difusión de las actividades, servicios e investigación que proporciona y realiza la Universidad. De igual forma, fomentaría el desarrollo de los mismos (como está establecido en la misión de TV UNAM) al promover sus actividades académicas, de investigación, entre otras. Y por otro lado, estaría más en contacto con aquellos institutos que al igual que las FES y escuelas, no han tenido una oportunidad de cobertura mediática en televisión.

La propuesta incluye su transmisión a nivel nacional por los canales 411 y 255 de Cablevisión y SKY respectivamente, de esta manera será posible abrir un vínculo con la comunidad estudiantil y académica externa al campus CU, la cual consideramos, no tiene atención suficiente por parte del gobierno universitario a nivel televisivo. Así, la comunidad estudiantil y estará más enterada de lo que pasa en otros campus fuera del central y viceversa.

Para realizar lo anterior pensamos que es derecho de los universitarios estar informados acerca de los acontecimientos, servicios y beneficios que existen al interior de sus planteles y los demás. La televisión por ser un medio masivo de comunicación tiene la facilidad de penetrar en los hogares de los estudiantes y en general de la sociedad, de tal manera que puedan tener el conocimiento de una parte de lo que se hace en la UNAM.

De esta forma, se facilitará un vínculo de comunicación mediática con las FES, escuelas e institutos de la UNAM, se fortalecería la relación entre los universitarios y con la televisión universitaria, se acortaría el distanciamiento cultural existente entre los mismos haciendo uso de los medios de comunicación de la Universidad incluido el televisivo.

Algo muy importante y necesario es descentralizar la información generada en CU; eso es precisamente lo que la propuesta contempla porque de ésta forma se hace partícipes a esas partes, que a pesar de ser relegadas de un espacio televisivo, forman parte fundamental de la UNAM.

El programa será incluyente con todos los planteles e institutos universitarios. Así, se descentralizará la información generada en el campus CU y se diversificará hacia sus demás planteles en los cuales también se implementa tecnología, se hace ciencia, se ofrecen servicios y toman lugar eventos trascendentes que conciernen tanto a la comunidad universitaria como nacional.

De ahí que, el presente trabajo tenga como objetivo elaborar el diseño de producción de un programa *magazine* para Televisión Universitaria para transmitirse por el sistema de televisión de paga que vincule a las FES, escuelas e institutos de la UNAM que difunda las actividades académicas, culturales, de investigación científica y servicios de la Máxima Casa de estudios en sus diferentes planteles e institutos y brinde una oportunidad de trabajo a universitarios que deseen desarrollar habilidades periodísticas y de producción.

Al hacer una revisión de los géneros televisivos decidimos que el idóneo para realizar este proyecto es de tipo *magazine*; con éste género es posible cubrir acontecimientos de diversa índole y aunque no todos pueden tener un espacio mediático un programa *magazine* tiene la facilidad de manejar y mezclar contenidos de alto y bajo valor noticioso de una forma más amena y desenfadada, algo atractivo para los jóvenes.

La producción del programa contará con la participación de prestadores de servicio social y becarios quienes participarán en la preproducción, la parte más compleja donde se lleva acabo la planeación y generación de contenidos del programa. Y aunque aquí presentamos solamente el diseño el hecho de investigar, discriminar información, presupuestar y organizar, se convierten en tareas arduas las cuales finalmente complementarían la formación académica de los estudiantes o egresados, quienes también participarán en la producción, es decir, la ejecución del programa, la cual está planeada para realizarse en locaciones de la UNAM.

Es así como la comunidad estudiantil podrá ser tomada en cuenta en la locación al ver el desarrollo de su vida cotidiana con entrevistas dentro de los campus a ganadores de concursos académicos o al participar como público en el bloque del concierto musical establecido al final de algunos de los programas.

De esta forma, el presente trabajo responderá si la siguiente suposición es viable: la producción de un programa de televisión que tome en cuenta a los campus e institutos de la UNAM, que brinde una oportunidad de aplicación y adquisición de conocimientos profesionales y académicos, así como la apertura de un espacio para la expresión académica fortalecería el vínculo de TV UNAM entre y con los universitarios y fomentaría el desarrollo de los mismos.

CAPÍTULO 1

LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA

1.1. ANTECEDENTES

En México la televisión universitaria surgió en 1950 durante el gobierno del Lic. Miguel Alemán al tiempo que las nuevas instalaciones de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) se erigían en Ciudad Universitaria a petición del Dr. Luis Garrido, recién nombrado rector para el periodo 1948-1953.

A mediados de ese mismo año, se llevó a cabo un congreso médico en el Hospital Central militar, evento en el que gracias a la instalación de un circuito cerrado de televisión se transmitieron varias cirugías en vivo para dar cuenta de los alcances didácticos y académicos que podría tener dicho medio en la enseñanza.

En vista de su utilidad, el Dr. Luis Garrido y las autoridades de Bienes Nacionales aprobaron la instalación de un equipo de televisión y un circuito cerrado en la Facultad de Medicina de la UNAM con el fin de comenzar un sistema de enseñanza audiovisual simultáneo para los estudiantes.

Para 1951, el Hospital Juárez tuvo el privilegio de tener las primeras transmisiones de manera regular, a color y por circuito cerrado con el equipo adquirido por la Universidad. Años más tarde, en 1960, las Facultades de Medicina, Odontología, Arquitectura, Veterinaria e Ingeniería ya contaban con circuitos cerrados y presupuesto suficiente para producir sus propios materiales.

Con este antecedente nació la idea de instalar una estación de televisión y adquirir un canal para transmitir el acontecer de la Universidad, asunto que no se logró concretar en la gestión del Dr. Garrido ni en los siguientes periodos rectorales de Nabor Carrillo (1953-1961), sino hasta el año 2005 en la administración del Dr. Juan Ramón De la Fuente.

Fue en 1954, que la Secretaría de Comunicaciones reservó un canal para la UNAM (canal 13) y otro para el Instituto Politécnico Nacional (IPN canal 11), pero debido a la falta de presupuesto para la adquisición de equipo de televisión no fue posible concretar el proyecto.

Sin embargo, ésto no significó impedimento para que en 1955 según Federico Dávalos autor del libro *Televisión Universitaria*, la Dirección General de Información a cargo de Enrique González Casanova, produjera y sacara al aire su primer programa de televisión llamado *Información Profesional* que ofrecía datos de primera mano sobre las diferentes carreras en la UNAM.

Así, nacieron los primeros esfuerzos de la Universidad por producir e instalar una estación de televisión: “En 1960 [...] la Universidad inició la transmisión regular de varias series televisadas. Radio Universidad creó un pequeño departamento ad hoc y cambió su nombre al de Servicios Coordinados de Radio, Televisión y Grabaciones, dependiente de la Dirección General de Difusión Cultural.”³

De acuerdo a este autor, bajo ése nuevo nombre la programación de la Universidad tenía dos horas de transmisión a la semana por los canales de la empresa Telesistema Mexicano (2, 4 y 5), mismas que eran pagadas por la UNAM. Esas horas se cubrieron con las siguientes series (cabe mencionar que todas ser realizaron en vivo):

- *Teatro universitario*: en esta serie se adaptaron piezas teatrales de autores mexicanos y extranjeros de corte clásico y contemporáneo. Posteriormente, se dedicó solamente a la “poesía coral”.
- *El cine en la cultura*: programa que se dedicó a la crítica cinematográfica. Se ilustraba con escenas de películas.

³ Federico Dávalos. *Televisión Universitaria*, tomo 1, pág. 23.

- *Actualidades universitarias*: en él se comentaron los temas sobresalientes en la universidad y además se entrevistaba a diversas personalidades políticas, culturales e internacionales. Posteriormente se llamó *Mesa redonda de los estudiantes universitarios e invitados*.
- *Problemas de la juventud*: ofrecía información psicológica dirigida a universitarios y especialistas.
- *Orientación vocacional y profesional*: estuvo dedicado a los estudios ofrecidos por la Universidad, posibilidades profesionales en el mercado laboral y los problemas ocasionados por la elección de carrera.

Es así que en la década de 1960:

[...] se tenían muy bien diferenciados dos tipos de televisión universitaria:

1. Televisión de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje, por circuito cerrado, y que era responsabilidad exclusiva de las facultades en donde existían instalaciones adecuadas [...]
2. Televisión de difusión cultural, por canal abierto, bajo la responsabilidad de la Dirección General de Difusión Cultural.⁴

Dávalos también dice que durante el rectorado del Dr. Ignacio Chávez (1961-1966), el gobierno revocó la reservación del canal 13 para la Universidad. Sin embargo, esto no evitó la producción de series que en 1963 aumentaron a 3.5 horas de programación, pero se redujeron a media hora en el siguiente año. A pesar de ello, comenta, entre 1960 y 1964 la UNAM mantuvo su transmisión por televisión comercial con producciones creativas:

[...] la Universidad se preocupó por difundir la cultura y las actividades universitarias a través de los formatos habituales en la televisión comercial [...] No se percibe divorcio entre el entretenimiento y la cultura. Hay un esfuerzo por crear y recrear la

⁴ Patricia Ávila. *Educación y Nuevas Tecnologías; un espacio de colaboración latinoamericana*, pág. 38.

programación recurriendo al empleo, experimentación y desarrollo de las técnicas del lenguaje televisual.⁵

Con el rector Ing. Javier Barrios Sierra (1966-1970), canal 13 le fue concesionado a Corporación Mexicana de Radio y Televisión y el canal 8 a la empresa Televisión Independiente de México. De esta manera, la Universidad perdió la posibilidad de tener un canal propio.

Según Dávalos, de 1965 a 1967 la Universidad aparentemente dejó de producir, pues durante ese último año solamente apareció la serie *La Universidad Presenta* por canal 11, la cual solamente duró seis meses debido al conflicto estudiantil de 1968.

Posteriormente, en el rectorado del Dr. Pablo González Casanova (1970-1972), se creó el Consejo Técnico de Radio y Televisión, organismo que veló por la programación, contenidos y transmisión de las producciones de Difusión Cultural, elaboró un reglamento de radio y televisión y creó las normas necesarias para su funcionamiento.

El nuevo rector estuvo a favor del sistema de enseñanza audiovisual pues lo consideraba una herramienta imprescindible en el aprendizaje del estudiantado. El Dr. Leopoldo Zea, entonces Director de Difusión Cultural, apoyó la idea y propuso utilizar a los medios de comunicación a favor de la educación con el fin de formar y orientar.

Dávalos comenta que a partir de 1971 el contenido de la programación cambió pues se enfocó a proporcionar información de la Universidad, por ejemplo; se difundieron los nuevos sistemas educativos (Colegio de Ciencias y Humanidades [CCH] y Universidad abierta) y por otro lado se promovieron aspectos positivos para contrarrestar la publicidad en su contra en los medios de comunicación.

⁵ Federico Dávalos. *Op. cit.*, págs. 43-44.

A partir de 1973 con el Dr. Guillermo Soberón (1973-1981), la producción universitaria tomó otro rumbo. En ese año “[...] se crea la Asociación Civil Didacta, cuyo objetivo era estimular la producción televisiva educativa y la elaboración de materiales que dieran respuesta a la demanda de las escuelas y facultades.”⁶

En el libro *Televisión Universitaria* se informa que no existió planeación alguna para la compra de equipo, por lo que en ocasiones se adquirirían demasiados equipos con formatos no compatibles, lo que significó un problema y desaprovechamiento del material.

Se crearon dependencias dedicadas a la enseñanza audiovisual desde una perspectiva pedagógica como el Centro Universitario de Tecnología Educacional para la Salud (CEUTES), el Laboratorio de Investigación y Planeación de la enseñanza de la Biología y la Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza, entidad que más tarde se fusionó con el Centro Didacta y dio origen al Centro de Investigaciones y Servicios Educativos (CISE).

También nació el Consejo de Metodología y Apoyos Educativos, cuya función fue regular a todos los centros mencionados y a todos aquellos departamentos dedicados a las técnicas educativas en la Universidad, incluidos los CCH y preparatorias.

Finalmente, surgió otra dependencia con equipo y personal de la ex-Asociación Didáctica: el Centro Universitario de Producción de Recursos Audiovisuales (CUPRA), que como el CISE “[...] eran de especial relevancia para la utilización educativa de los medios y trataron de dar cierta normatividad en el uso de éstos, basándose en la experiencia y la investigación educativa.”⁷

Por otro lado, se fundó la Dirección General de Divulgación Universitaria (DGDU), que en 1976 firmó un convenio con Televisa para transmitir su programación con lo que se

⁶ Patricia Fernández. *Apuntes para una historia de la televisión mexicana*, pág. 338.

⁷ *Ibidem*, pág. 339.

dejó de lado la actividad de Difusión Cultural. Dicha dependencia posteriormente produjo *Revista Cultural*, serie relevante debido a la calidad en su contenido y producción.

A raíz del convenio y la huelga del STUNAM, la DGDU comenzó la producción masiva de series y programas que se transmitieron por nueve años (incluidas las cátedras televisadas para no perder el ciclo escolar). Algunas series fueron: *Introducción a la Universidad*, que trató de acercar información cultural y científica a personas que no podían ingresar a la enseñanza superior y *Divulgación de temas y tópicos universitarios* “[...] con el fin de continuar los programas de estudio de las Facultades, Escuelas e Institutos de la UNAM.”⁸

De acuerdo a la investigación de Dávalos, debido a ésta situación, la programación de la televisión universitaria pasó a ser de carácter institucional a subordinación de Televisa. En 1983, se renovó el convenio con el Dr. Octavio Rivero Serrano (1981-1985) y las producciones universitarias se convirtieron en pago de 12.5% de tiempo oficial al Estado por parte de esa empresa.

Posteriormente, en una encuesta realizada entre maestros partícipes de la serie *Divulgación de temas y tópicos universitarios*, los catedráticos se expresaron a favor de nuevos contenidos y mejor calidad de los programas pues lo único que hacían era confirmar que la cultura es aburrida.⁹

El acuerdo firmado con la empresa significó un verdadero sacrificio para la Universidad, cuyas primeras producciones distaban de ser carentes de ingenio, creatividad y contenido significativo, elementos que se perdieron a costa de la autonomía al transmitir por canales comerciales.

⁸ Brenda Vázquez. *Historia General de la Televisión Universitaria en la UNAM*, pág. 52.

⁹ *Ídem*.

1.2. NACIMIENTO DE TV UNAM

En este punto es importante recalcar la creación y desaparición de un sinnúmero de dependencias; centros redundantes en funciones, objetivos y actividades, que finalmente desembocaron en el nacimiento de la Dirección General de Televisión Universitaria (DGTU), como se verá en este subcapítulo.

A partir del surgimiento del CUPRA y de Divulgación Universitaria, la Dirección de Televisión Universitaria comenzó a tener forma. Durante la gestión del Dr. Rivero, la rectoría y la Secretaría General Académica propusieron ciertos cambios académico-administrativos incluida la actividad de la televisión universitaria. El tema fue controvertido pues se trató de hacer desde la perspectiva empresarial de Televisa, según Dávalos.

Esos cambios se llevaron a un consenso entre la comunidad universitaria, incluido el llamado *Proyecto 60* (uno de los puntos de esa propuesta) que pretendía utilizar al medio como un mecanismo de educación integral, apoyo a los procesos de enseñanza-aprendizaje y de difusión de la cultura.¹⁰ Sin embargo, la comunidad exigió la creación de un centro de producción profesional con el equipo adecuado y recursos que finalmente dieron origen a la televisión educativa con ese objetivo.

En ese entonces, el CUPRA se preocupó por hacer un tipo de televisión diferente a la DGTU pues tenía la asesoría de especialistas y la estructura para producir. Según los informes anuales “[...] en 1983 ya había acumulado la producción de 142 programas con títulos como Fimoteca de la UNAM, que presentaba ciclos de películas con mesas redondas para su crítica; Actualidades universitarias, informativo sobre las actividades de la Universidad, Nuestros amigos y Universidad en marcha, que ofrecía un homenaje a profesores distinguidos.”¹¹

¹⁰ Patricia Fernández. *Op. cit.*, pág. 341.

¹¹ Nora Suárez. *Televisión universitaria: historia, estructura y análisis de sus objetivos a fin de siglo*, pág. 17.

En ese mismo año Divulgación Universitaria y el CUPRA se fusionaron para dar paso a la Dirección General de Comunicación Universitaria (DGCU) y al cabo de un año, con el Dr. Jorge Carpizo (1985-1988), nació la Coordinación de Apoyos y Servicios Educativos (CASE) constituido por el CISE, la Dirección General de Bibliotecas (DGB), el CEUTES, el CUPRA y la nueva Dirección General de Televisión Universitaria (DGTV).

Un año después, la DGTV y el CUPRA, se unieron para conformar TV UNAM y así “[...] realizar un proyecto de televisión articulado y coherente, apegado a las funciones de la UNAM, sumando los esfuerzos técnicos y humanos capaces de permitirle a la institución lograr producciones de calidad.”¹²

Desde 1988, sus instalaciones se encuentran enfrente de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Cuenta con dos edificios: el primero alberga cinco estudios, salas de producción y postproducción, así como los departamentos de ingeniería y el equipo de transmisión; en el segundo se encuentran las oficinas administrativas, el departamento de diseño y el de vinculación. Además, en la planta baja, se ubica la videoteca (considerada la más grande de América Latina) y el Centro de Documentación, donde se está acoplando una pequeña sala de consulta para la biblioteca.

La dirección general está a cargo de Ernesto Velázquez Briseño y cuenta con el apoyo de las siguientes subdirecciones:

- Subdirección de Producción
- Subdirección Técnica
- Subdirección de Vinculación
- Subdirección de Programación
- Subdirección de Planeación y Organización
- Subdirección de Información

¹² Patricia Ávila. *Op. cit.*, pág. 38.

TV UNAM es miembro de la Red Nacional Universitaria de Televisión, Video y Nuevas Tecnologías de las Instituciones de Educación Superior afiliadas a la ANUIES y es socia de la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales. En el ámbito internacional, es integrante de la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI) y de la Asociación Iberoamericana de Televisoras Regionales y Afines (ASITRA).

Desde su creación ha producido, co-producido y transmitido miles de programas dedicados a la difusión del quehacer universitario en la ciencia y la cultura. En el caso de las co-producciones ha apoyado a diferentes entidades gubernamentales y privadas. Además, ha obtenido varios premios internacionales que la reconocen como una entidad productora de programas de calidad.

1.3. OBJETIVOS 1985-2003

A través de los años la televisión universitaria ha modificado sus objetivos con el fin de acoplarse a las necesidades de su audiencia y de la comunidad para tratar de mantener un vínculo con ésta última y con la sociedad por medio de la divulgación de tópicos culturales, científicos y artísticos.

De 1985 a 1992 estuvo trabajando bajo el objetivo general de:

Producir y difundir programas de televisión educativos, culturales y de divulgación de la acción universitaria que coadyuven a apoyar el proceso de enseñanza-aprendizaje, a rescatar y preservar valores fundamentales de la cultura y a intensificar la presencia de la universidad, en el ámbito nacional.¹³

Para entonces se cubrieron los eventos en los que el rector y diversas autoridades estuvieron presentes. También se dio seguimiento a las necesidades audiovisuales de

¹³ Patricia Fernández. *Op. cit.*, pág. 343.

diferentes dependencias con asesorías y apoyos en la producción de spots institucionales y programas.

Así, surgieron series como *Escuelas y facultades*, *Premios Universidad Nacional*, *Realidad y Perspectiva*, *Humanum Est*, *Consultorio universitario* y *Allis Vivere*, el cual fue posible transmitir a nivel nacional gracias al nuevo sistema de satélites Morelos; y las mesas redondas *¿Qué es la televisión de servicio?*, *ULCRA 4*, *Redes internacionales de TV y video*, *Videoclips de arte*, *La mujer y los medios*, entre otras.¹⁴

Con base en lo anterior y de acuerdo a la información consultada, es posible decir que durante esos años la televisora cumplió su objetivo. Es necesario saber que se produjeron más de 120 programas de la serie *Divulgación de temas y tópicos universitarios*; 970 de *Introducción a la Universidad*, 298 de *Deportemas*, 1579 de *Tiempo de Filmoteca*, 1928 de *Presencia universitaria* y 251 de *Prisma universitario*.¹⁵

Para 1993 la administración de la Mtra. Fátima Fernández, modificó el objetivo general y se plantearon otros específicos. Según el manual de organización de la Dirección General de TV UNAM de 1999 la televisora tuvo la finalidad de “Vincular a la comunidad universitaria entre sí y a esta con la comunidad nacional, a través de la televisión y el video como brazos de extensión del conocimiento y la expresión artística que opera la Universidad.”¹⁶

Y cuatro objetivos particulares:

A través de canales abiertos y sistema de cable, lograr una presencia directa y eficaz de la universidad en los hogares de los universitarios y de los mexicanos en general.

Establecer una comunicación fluida y permanente con las dependencias universitarias para: conocer su potencial informativo e incorporar sus productos más logrados a la producción de televisión y video; ofrecer servicios de producción, postproducción y copiado a precios que permitan recuperar la depreciación del equipo; propiciar la

¹⁴ Brenda Vázquez. *Op. cit.*, págs.75-76.

¹⁵ *Ibidem*, págs.75-79.

¹⁶ Nora Suárez. *Op. cit.*, pág.51.

coproducción con institutos, centros, coordinaciones y facultades para difundir programas y series buscando patrocinar en los casos que convenga; fungir como centro de acopio de información sobre seminarios y cursos nacionales e internacionales a difundirse vía satélite.

Incrementar sustancialmente los recursos económicos extraordinarios a través de coproducciones, venta de servicios y material televisivo, así como por medio de patrocinios y donaciones; actualizar tecnológicamente a la dependencia y cumplir con las exigencias de los canales para salir al aire; establecer un programa de estímulos económicos a la productividad para el personal de TV UNAM.

Atención al personal de la dependencia mediante: sensibilización hacia el hecho de que la producción de televisión y video debe responder a criterios universitarios y sus contenidos deben ser inherentes a los fines de la institución. Ello sin desconocer la versatilidad, riqueza y agilidad de los recursos visuales con que cuenta la producción contemporánea; establecimiento de programas de evaluación, capacitación y comunicación entre las áreas de la dependencia y entre éstas y el resto de la Universidad.¹⁷

El objetivo general de TV UNAM cambió radicalmente, pues recordemos que hasta 1992 hacía las veces de institución académica y también asesoraba a la comunidad universitaria en diversas cuestiones audiovisuales. Posteriormente amplió sus funciones ya no sólo para los universitarios sino también para la sociedad mexicana.

De acuerdo con la información, podemos decir que ese objetivo no se cumplió del todo, ya que a pesar de difundir las actividades y el conocimiento que se generó en la Universidad no fue posible crear una conexión entre la comunidad universitaria y la sociedad puesto que la transmisión de programas por canales oficiales no estuvo suficiente tiempo al aire ni tuvo un horario adecuado para promover un vínculo estrecho.

Lo anterior se puede constatar en los tiempos oficiales de RTC establecidos en ese entonces en la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT); donde se expresaba el pago de impuestos de los concesionarios con 12.5% de tiempo diario de transmisión por canal. Los

¹⁷ *Ídem.*

horarios no estaban establecidos y el Estado podía utilizar ese tiempo para transmitir programas de universidades públicas, gobiernos estatales y del Instituto Federal Electoral.

Debido a esto, la televisora logró transmitir 5 horas semanales del mismo programa en diferentes canales con horarios no establecidos. Después de las modificaciones hechas en 2002 a la LFRT el tiempo se redujo a 3 horas con 20 minutos debido a que se solicitaba cubrir los 30 minutos independientes de tiempos oficiales con 10 de spots y 20 de programas de instituciones de carácter público o de gobierno. Los tiempos oficiales se redujeron a 18 minutos y son utilizados únicamente para programación grabada por el Ejecutivo Federal.¹⁸

Los objetivos específicos se cumplieron de manera general, por ejemplo: se logró estar en algunos hogares de la sociedad mexicana aunque, con base en la información de párrafos anteriores, no fue posible crear una comunicación eficaz y directa que permitiera estar presente de manera constante.

Por otro lado, TV UNAM continuó atendiendo a las facultades, escuelas, institutos y coordinaciones, con lo cual pudo mantener una comunicación frecuente y fluida dada su función de atender a la comunidad universitaria en eventos, conferencias, asesorías y producciones.

A través de coproducciones, venta de servicios y material televisivo fue posible incrementar los recursos económicos. Sin embargo, cabe recordar que un porcentaje de dichos ingresos se destinan al patronato universitario, el resto se administra para satisfacer la depreciación del equipo y, en todo caso, su renovación como lo afirmó en entrevista el Lic. Jorge Linares, Subdirector de Planeación y Organización de la institución.

Según el administrativo, también se ofrecieron diversos cursos al personal para su desarrollo en el ámbito profesional y laboral. Por otro lado, cuenta con un área de vinculación

¹⁸ *Ibidem*, pág. 52.

de 3 niveles que conecta a TV UNAM con institutos, dependencias, facultades, escuelas de la UNAM, universidades públicas y privadas a nivel nacional e internacional.

Finalmente en el 2003, la casa productora de la Universidad redefinió sus objetivos y retomó parte de aquellos formulados desde 1985 para conformar su misión. Así tenemos que durante la administración de la Lic. Guadalupe Ferrer la misión fue:

Ser un medio complementario que favorezca la formación integral del estudiante universitario a través, primordialmente, del apoyo a la docencia, la divulgación del esfuerzo universitario en materia de ciencias, humanidades y artes, la difusión de sus actividades en estas ramas, en el deporte y los servicios a la comunidad; así como ser un instrumento en el desarrollo de los propios docentes y el personal administrativo.¹⁹

La televisora adquirió responsabilidad sobre la formación del estudiante mediante el uso y producción de diversos materiales y la capacitación docente y administrativa para el desarrollo profesional de los mismos. De esta manera, hizo oficial su participación activa dentro de la vida académica universitaria tomándola como la base de su existencia.

Mientras tanto, su objetivo general fue el de “Vincular a la comunidad universitaria entre sí y a ésta con la comunidad nacional, a través de la televisión y el video como brazos de extensión del conocimiento y la expresión artística que genera la Universidad. Así, se propuso vincular a los universitarios mediante la producción de programas informativos propios con contenidos necesarios para la formación universitaria.

Como un medio complementario, durante el último año de dicha administración surgieron diferentes programas orientados a la formación de los universitarios con el fin de que ellos mismos produjeran su propia información. A continuación describimos los datos más relevantes:

¹⁹ Memoria UNAM 2003 [en línea]. México. Dirección General de Planeación. <http://www.planeacion.unam.mx/memoria/2003/dgtv.pdf> [Consulta: 29 de may. 2008].

- *Concurso de proyectos audiovisuales Convocarte*: propuestas de producción cuyo contenido fue la experimentación audiovisual. Se recibieron proyectos de varias universidades.
- *Taller de experimentación en medios audiovisuales para la ciencia*: de donde surgieron dos cortos que participaron en el Duodécimo Festival Nacional de Cine y Video Científico.
- *Encuentro de creadores audiovisuales 2002 y 2003*: se impartieron conferencias y talleres dirigidos por personalidades reconocidas en el medio cinematográfico, también se presentaron los trabajos más destacados de estudiantes y cineastas independientes.
- Ofreció 11 becas a estudiantes de ingeniería, quienes participaron en la conformación de un grupo universitario de investigación en televisión digital para hacer pruebas y posteriormente, poner en marcha la señal de televisión con dichas características dentro del campus Ciudad Universitaria.

Con la administración de la Lic. Guadalupe Ferrer se logró dar un impulso importante a la televisión universitaria como entidad productora para estar en contacto con la gente universitaria mediante la producción de series y programas con información proveniente de los mismos universitarios, una ésta característica de las bases de la función de TV UNAM.

1.4. SITUACIÓN ACTUAL DE LA TELEVISIÓN UNIVERSITARIA

Actualmente, TV UNAM juega un papel primordial en la comunidad universitaria, ya que se constituye como la televisora de la Universidad Nacional Autónoma de México. Su programación está integrada por contenidos diversos que aluden a las expresiones artísticas y científicas dentro de la Máxima Casa de Estudios.

En el 2006, año de elecciones federales, la televisora realizó una cobertura especial de 15 horas continuas para dar cuenta del proceso electoral y transmitió una barra de programación referente al tema. Cabe señalar, que dicha señal fue utilizada por los medios de comunicación nacionales e internacionales.

Un hecho de suma importancia fue el inicio del Canal Cultural de los Universitarios, el cual comenzó a transmitirse a partir del 24 octubre de 2005 por el canal 144 del sistema Cablevisión, llegando a 350 ciudades en la república mexicana. Al cabo de un año se suscribió un convenio con el sistema SKY, la cifra aumentó a 100 ciudades y poblaciones. Hasta 2007 llegaba a alrededor de 538 a través de 439 sistemas de cable.

En sus inicios el canal logró la transmisión de 1 147 programas en 2 901 horas, y en 2006 esa cifra aumentó a 4 316 programas en 6 254 horas.²⁰ Es importante puntualizar que durante ese año se transmitió la señal vía Internet, que por cuestiones técnicas no pudo mantenerse y finalmente se canceló. Sin embargo desde 2008 opera con transmisiones en vivo desde su página de Internet.

En 2007 la Secretaría de Comunicaciones le asignó el canal de prueba 20 digital XHUNAM para transmisión abierta con refrendo de cinco años (anteriormente la frecuencia se encontraba en el canal 60 digital). La señal es de corto alcance y sólo está disponible dentro de Ciudad Universitaria y al sur de la Ciudad de México.

Tiene convenios realizados con diferentes estaciones de televisión culturales nacionales e internacionales para intercambiar programación. Entre las nacionales se encuentran: el Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión, la Unidad de Televisión de Guanajuato y el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, entre otros. Las internacionales son: el Canal Vasco de España, TV SENAC y UNIVAO de Brasil, Canal A de Argentina, ARTE de Francia y la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI).

²⁰ Memoria UNAM 2006 [en línea]. México. Dirección General de Planeación. <http://www.stcp.unam.mx/memoria/2006/97-dgtu.pdf> [Consulta: 29 may. 2008].

Además, es miembro activo de diversos organismos nacionales e internacionales, entre los que se encuentran: Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de la República Mexicana, Coordinador Nacional de la Red Universitaria de Televisión, Video y Nuevas Tecnologías de las Instituciones de Educación Superior, Representante del Capítulo México de la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), socio activo de la Organización Internacional de Canales Regionales y Locales de Televisión de Iberoamérica (ASITRA).

Según el informe anual en el año 2006, se difundieron 1 295 programas en 1 224 horas al aire, lo que representó un aumento del 90% en comparación con 2005. Además, a través de la red Edusat (a cargo de la Dirección General de Televisión Educativa), se transmitieron 1 026 programas en 279 horas. Actualmente, los programas producidos por TV UNAM se difunden en todos los canales de televisión abierta.

En este tema, se puede decir que de 2003 a 2006 TV UNAM:

Incrementó en un 241% la producción de programas producidos; aumentó el número total de sus horas de transmisión en un 600%; en transmisión vía televisión abierta, incrementó en un 245% el número de horas transmitidas y en 302% de programas; En transmisión vía televisión de los estados aumentó en 507% el número de programas transmitidos y en un 530% el número de horas; en transmisión vía satélite Edusat el número de horas transmitidas se vio incrementado en un 177% y en un 163% el número de programas; se aumentó en un 177% el número de premios y reconocimientos recibidos; el número de convenios y acuerdos se vio incrementado en un 460%.²¹

Como televisora, productora y co-productora, ha ganado varios premios nacionales e internacionales, los más relevantes recientemente han sido el premio ATEI como mejor canal Iberoamericano y el premio *Oscar* otorgado por la Academia de Ciencias y Artes de Estados

²¹ *Ibidem*, pág. 759.

Unidos a *Pedro y el lobo*, cortometraje animado en el que participó como co-productora con Inglaterra y Polonia.

Por la información vertida en este capítulo se puede decir que la televisión universitaria:

- Llena espacios que la televisión comercial deja de lado como eventos y acontecimientos culturales y científicos, y aquellas áreas del conocimiento que desafortunadamente no llegan a la población a través de canales que no sean culturales.
- Explica diversas temáticas del entorno social para que el televidente las conozca y pueda saber la importancia de los mismos mediante contenidos y producciones de calidad.
- Ayuda al quehacer universitario en materia televisiva y audiovisual entendiéndose la primera como la producción de programas transmitidos por una señal de televisión y la segunda, como el hecho de apoyar a la docencia con la difusión y producción de materiales en video para complementar la información ofrecida en las aulas o en el área de investigación.
- La institucionalización de la televisión universitaria fortalece la autonomía, presencia e imagen de la UNAM a nivel nacional e internacional mediante un canal de televisión y la colaboración en producciones de televisión y video para diversas instituciones.

CAPÍTULO 2

TV UNAM

2.1. MISIÓN Y VISIÓN

A lo largo de 24 años, la televisión universitaria ha pasado por varios directores quienes han tratado de dar viabilidad a este proyecto de acuerdo a un objetivo general y aquellos planteados por cada administración. El llevar a cabo y mantener un proyecto de esta magnitud encuentran una base en su misión y visión, elementos indispensables para lograr metas y desarrollo a largo plazo.

Recordemos que TV UNAM inició sus actividades en 1985 bajo el objetivo general de producir y difundir los diversos programas educativos, culturales y científicos para ayudar en el proceso de enseñanza-aprendizaje, rescatar y mantener ciertos acontecimientos y eventos correspondientes a la cultura y así, promover la presencia de la Universidad en todo el país.

En el 2004, TV UNAM comenzó la administración del Lic. Ernesto Velázquez Briseño, responsable de lanzar el proyecto El Canal Cultural de los Universitarios que actualmente se encuentra al aire y transmite de manera continua por televisión de paga: Cablevisión canal 411 de 8 am a 1 am y SKY canal 255 de 12 pm a 1 am.

A partir de ese año se reelaboraron tanto su misión como sus objetivos y se concretó una visión a largo plazo:

Ser el medio de expresión de la diversidad y riqueza cultural, artística, científica y de pensamiento universitarios a través de la producción y emisión televisivas; fomentar con ello la vinculación entre los universitarios y la de la Universidad con la sociedad, fundamentando sus propósitos en la libertad, pluralidad e imaginación que congrega el espíritu universitario.²²

²² Memoria UNAM 2004 [en línea]. México. Dirección General de Planeación. <http://www.stcp.unam.mx/memoria/2004/dgtv.pdf> [Consulta: 29 may. 2008].

De esta manera, TV UNAM dejó de ser un medio complementario y se convirtió en el instrumento de difusión de las expresiones universitarias mediante el uso de la televisión, al buscar primordialmente la “[...] vinculación entre los universitarios y el de la Universidad con la sociedad [con el fin de] representar una alternativa televisiva de calidad, con una amplia penetración pública que divulgue el pensamiento y la creación, y que asimismo fomente el desarrollo de los universitarios y de la sociedad.”²³

Siendo sus principales objetivos:

- Promover y destacar los valores e imagen de la Universidad frente a la comunidad universitaria y a la sociedad.
- Realizar una producción televisiva de calidad con una amplia diversidad temática y que permita el desarrollo de nuevos lenguajes y formatos.
- Ser foro de las expresiones universitarias y fomentar el enlace de TV UNAM con la comunidad universitaria, así como con sus facultades, escuelas y centros de investigación.
- Procurar una operación eficiente que respalde las tareas sustantivas.²⁴

Para lograr los puntos anteriores, se puso en marcha un programa de desarrollo a corto y largo plazo en el que se da prioridad a la ampliación de la cobertura del *Canal cultural de los universitarios*, la producción de nuevos contenidos, renovación de equipo técnico y obra pública, así como la reestructuración de la dependencia y redefinir las actividades de algunos departamentos.

Al hacer una semblanza sobre la dirección del Lic. Velázquez Briseño hasta el 2007 (de acuerdo al informe anual de ese año), el fomento de vinculación de la televisora con la comunidad universitaria y de la UNAM con la sociedad fue como sigue:

²³ *Ídem.*

²⁴ TV UNAM [en línea]. *Op. cit.*

- Se habían recibido 161 alumnos de diversas licenciaturas, escuelas y facultades. Cabe señalar que el número de instituciones participantes ha disminuido de 14 a 8.
- Un estudiante de la carrera de diseño fue enviado a participar en la producción del cortometraje *Pedro y el Lobo* en Inglaterra.
- Se lanzó el programa *Primera Edición del Sistema de Apoyo a la Producción Televisiva* realizada por jóvenes en varias categorías: videoarte, documental y animación. Los ganadores recibieron apoyo en producción y realización para transmitir su programa a través del Canal Cultural de los Universitarios.
- Aumentó la oferta programática con producciones propias y extranjeras, entre ellas se encuentran: *Halcones: terrorismo de Estado*, *Tlatelolco: las claves de la masacre*, *Planeta Tierra* y cortometrajes clásicos de Charles Chaplin.
- Se firmaron varios convenios con dependencias gubernamentales, de la UNAM y diversas instituciones nacionales y extranjeras para la producción y transmisión de programas.
- En el 2006, la televisora se encargó de la distribución nacional e internacional de la señal televisiva en las Sesiones del Consejo General del Instituto Federal Electoral (IFE), cubrió los eventos llevados a cabo por institutos y dependencias de la UNAM, sobre todo los organizados por la Coordinación de Difusión Cultural.

Así, podemos concluir que TV UNAM ha cumplido de manera general su plan de trabajo 2004-2007. Sin embargo, aún queda pendiente fomentar su enlace con la comunidad universitaria; las facultades, escuelas y centros de investigación y por otro lado, fomentar a través de la producción y emisión televisivas la vinculación entre los universitarios.

Conforme a lo anterior podemos decir que dicha vinculación la ejecuta de manera restringida; un claro ejemplo es la disminución en número de facultades y escuelas participantes en el programa de becarios que, a pesar de tener más becarios cada año, el número de escuelas y facultades reclutadas es menos, lo cual consideramos, no es suficiente para vincular a los universitarios entre sí y restringe de igual manera, su contacto con otros miembros de la comunidad.

Las áreas, materias y especialidades de estudios superiores conforman una larga lista para tener solamente un número reducido de escuelas participando en los programas estudiantiles. Por ello, es necesario idear un proyecto que vincule y agrupe a esos participantes y a la sociedad universitaria perteneciente a la vida estudiantil, académica y científica de esta Universidad.

Para ello, es necesario salir a buscar la participación de los estudiantes universitarios, invitarlos a formar parte de la comunidad a través de la televisión. De esa forma, la televisión universitaria podría construir una relación más sólida con quienes hacen la vida dentro del campus CU, FES, escuelas y otros institutos.

Con este proyecto sería posible saber el ritmo y práctica diarias de las actividades que se realizan en las diversas facultades en CU, FES, e institutos tanto en el Distrito Federal como en el interior de la república, éstos últimos con muy poca atención mediática (como lo mostró el monitoreo realizado). El protagonista no será solamente un académico, investigador, analista, etc., sino también el mismo estudiante universitario quien podrá utilizar a TV UNAM como un medio de expresión.

Creemos que así se fortalecerá la intención de TV UNAM sobre este punto, además de tener proyección y una imagen más fuerte ante los universitarios, quienes participarán activamente en un programa de televisión. Por ende, sabrán de su existencia y quehacer como televisora de la Universidad.

De ahí que la propuesta de esta tesis sea viable mediante la producción de un programa que tome en cuenta la diversidad de la vida académica de los universitarios (actividades, investigaciones, proyectos independientes, etc.), para vincular mejor a los universitarios entre sí y reforzar la imagen de la institución mediante la participación directa en la comunidad estudiantil.

2.2. CANAL CULTURAL DE LOS UNIVERSITARIOS

TV UNAM se desempeña como televisora y casa productora. Dentro de su función televisiva está el *Canal Cultural de los Universitarios*, cuyo lanzamiento tuvo lugar el 24 de octubre de 2005 como resultado de la reestructuración de la dependencia y de la necesidad de un canal propio de televisión de la Universidad, lo que buscó desde la década de 1960.

En 1999 se pretendía lanzarlo por el canal 30 de la banda UHF que cubriría 5 kilómetros (área de CU) y podría verse a través del Sistema Edusat a nivel nacional e internacional. Su público meta sería en mayoría alumnos, después académicos y finalmente administrativos, contaría con tres barras de programación: de 7:00 a 8:00 hrs con formación especializada (cursos y diplomados); de 8:00 a 10:00 hrs con formación básica (temáticas de interés general) y de 10:00 a 13:00 hrs con vinculación (divulgación de trabajos de la Universidad).

A raíz de la huelga de ese año el proyecto no se concretó, pero en el 2005 comenzó a transmitir producciones propias, eventos, propuestas universitarias, películas, producciones nacionales y extranjeras. Estas últimas han sido gracias a convenios de colaboración de intercambio programático con universidades e instituciones como las de Chiapas, Guanajuato, Jalisco, Oaxaca, Puebla y Veracruz; a nivel internacional el Canal Vasco de España, TV SENAC de Brasil y la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI).

Se transmite a través del canal 144 del paquete básico del sistema de televisión por cable Cablevisión y por el 255 del sistema satelital SKY, así como de varios sistemas en diferentes estados de la república. En televisión abierta, por el canal 34 del Sistema de Radio y Televisión Mexiquense Metepec, Edo. De México; canal 22 de la Asociación Cultural Arandina Arandas, Jalisco y por Radio y Televisión de Guerrero Acapulco, Guerrero.²⁵

También puede verse por la Red Satelital de Televisión Educativa (EDUSAT) de la SEP perteneciente a la Dirección General de Televisión Educativa (DGTV) por el canal 28 vía satélite en formato digital a todo el país, el sur de Estados Unidos y parte de Latinoamérica, además del canal 20 digital (a modo de prueba) al sur de la Ciudad de México.

Actualmente, el Canal Cultural de los Universitarios es considerado uno de los más importantes en Iberoamérica; en 2007 recibió el premio de la ATEI entregado por la Universidad Carlos III de Madrid, España al mejor canal en su rubro “[...] por su tradición universitaria, cultural y educativa, así como por su vocación de cooperación Iberoamericana.”²⁶

Por otro lado, obtuvo tres *Premios Nacionales de Periodismo del Club de Periodistas de México*, mientras que a nivel internacional fue co-productora junto a televisoras y productoras de la Gran Bretaña, Polonia y la República Checa de la animación *Pedro y el Lobo* ganadora del premio *Oscar 2008* como mejor película de animación.

2.2.1. Cobertura y transmisión

La constitución del canal universitario estuvo a cargo del Lic. Ernesto Velázquez Briseño actual director de la institución, quien en 2005 pudo hacer realidad dicha prioridad. Así, durante el 2004 la Facultad de Ingeniería y la Secretaría de Comunicaciones y

²⁵ *Ídem.*

²⁶ Memoria 2007, proporcionada por la Unidad de Enlace de la página de transparencia de la UNAM el 3 de julio de 2008, pág. 1.

Transportes hicieron las pruebas necesarias a través del canal 60 de experimentación digital permisionado a la UNAM para dicho fin.²⁷

Una vez finalizadas las pruebas, el 24 de octubre de 2005 se lanzó el Canal Cultural de los Universitarios contando con 16 horas de programación diaria con cobertura a nivel nacional por medio de la red Edusat, diversas compañías de televisión por cable y a través de la *Latinamerican Broadcasting* para llegar al sur de Estados Unidos y Puerto Rico.

En ese entonces se firmó un acuerdo con Cablevisión, empresa de televisión por cable, con el cual llegaba a todo el Valle de México y 350 ciudades²⁸ a través del canal 144 digital.

Con base en lo anterior tenemos los siguientes datos en transmisión:

<i>VIA</i>	<i>PROGRAMAS</i>	<i>HORAS</i>
Televisión abierta (canales 2,4,5,7,9,11,13,22 y 40)	679	555
Televisión de los Estados	1 710	1 107
Televisión por cable	511	939
Edusat ²⁹	1 452	1 054
Canal web	1 213	1 694
Canal Cultural de los Universitarios	1 147	2 901
TOTAL	6 712	8 251

La cantidad de horas por señal de televisión abierta es la más importante debido a su propia naturaleza, es decir, se trata de una señal gratuita a la que gran parte de la población mexicana tiene acceso y, como sabemos, parte de la misión de televisión universitaria es fomentar la vinculación de la Universidad con la sociedad.

²⁷ Memoria 2005 [en línea]. México. Dirección General de Televisión Universitaria. <http://www.stcp.unam.mx/memoria/2005/97-dgtu.pdf> [Consulta: 29 may. 2008].

²⁸ *Idem*.

²⁹ Hasta 2004 también existía la transmisión por Hispasat para dar cobertura a Iberoamérica. El total de programas en ese año fue de 13 programas y 7 horas.

En el 2006 se incrementó la programación a 18 horas y la cobertura a casi 450 ciudades en el país,³⁰ lo que se traduce en 20 millones de televidentes potenciales. Además, se incluyó en el paquete básico del sistema por cable SKY que en ese entonces reportaba 1 500 000 telehogares con 6 millones de televidentes.³¹

Por otro lado, fue posible refrendar la permisión del canal 20 digital (anteriormente canal 60) por otros 5 años con el fin de facilitar “[...] que TV UNAM cuente con una salida abierta una vez que la televisión migre a transmisiones a través de radiodifusión digital.”³²

El 2006 significó un aumento en cobertura más no así en transmisión como lo muestra el siguiente cuadro:

VIA	PROGRAMAS	HORAS	AUMENTO % 2006	
			Programas	horas
Televisión abierta (canales 2,4,5,7,9,11,13,22 y 40)	1 295	1 224	90	120
Televisión de los Estados	1 026	711	-40	-35
Televisión por cable	151	279	-70.4	-70.2
Edusat	1 219	1 039	-16	-1.4
Canal web	2 307	2 825	190	166
Canal Cultural de los Universitarios	4 316	6 254	276	120
TOTAL	10 314	12 332	53.6%	49.4%

Fue posible aumentar las cifras de programación por televisión abierta en 90% y 120% en horas transmitidas. De igual forma lo hizo con el canal en 276% en programación y 120% en número de horas transmitidas, el resultado fue un incremento de 49% en canales de

³⁰ “Logra Teveunam mayor cobertura de diversificación de contenidos” [en línea]. Utah. Mundo Hispano de KSL, 2006. <http://www.munhispano.com/?nid=255&sid=590938> [Consulta: 9 may. 2008].

³¹ Memoria UNAM 2006 [en línea]. *Op. cit.*

³² *Ibidem*, pág. 758.

cobertura nacional. Sin embargo, los rubros de televisión de los estados y Edusat bajaron considerablemente.

El último informe correspondiente a 2007, indica que en ese año el canal estuvo presente en 439 sistemas de cable a nivel nacional, cubriendo 538 ciudades y poblaciones en todo el país. Tuvo 2 millones 941 mil 911 de telehogares potenciales que recibieron la señal con 11 millones 767 mil 644 televidentes potenciales aproximadamente.

Además informa acerca de la reubicación del canal 60 digital a la frecuencia 20 debido al nuevo reglamento de migración a radiodifusión digital que incluye la desaparición de los canales en las frecuencias del 53 al 60 para una mejor operación técnica de la banda UHF.

Durante ese año la cobertura y transmisión del Canal Cultural de los Universitarios fue como sigue:

VIA	PROGRAMAS	HORAS	AUMENTO % 2007	
			Programas	horas
Televisión abierta (canales 2,4,5,7,9,11,13,22 y 40)	650	431	-49.8	-64.7
Televisión de los Estados	1 935	1 573	88.5	121.2
Televisión por cable	234	331	54	18.6
Edusat	671	773	-44.9	-26.6
Vía Satélite Hispasat	25	35	92.3	400 ³³
Televisión abierta internacional (TV Española)	45	30	----	---
Canal Cultural de los Universitarios	3 961	6 321	-8.2	1
TOTAL	7 623	9 484	-26%	-23%

De acuerdo al cuadro podemos notar una disminución considerable en la transmisión por canales abiertos. De igual forma sucedió con la red Edusat y en menor medida con los programas del Canal Cultural. Caso contrario fueron los convenios con televisión por cable,

³³ Cifras en relación al 2004 cuando existía cobertura por esta señal.

así como la transmisión por televisoras estatales, las cuales finalmente mantienen contacto con la sociedad nacional y mejora el vínculo con la dependencia.

También podemos observar que hubo un aumento considerable en la transmisión vía televisión de los estados y se retomó la cobertura en Iberoamérica gracias a Hispasat. Así mismo, comenzó una nueva vía de transmisión: TV Española, gracias a los convenios que se firmaron durante ese año y que permitirá su permanencia a nivel internacional.

Lo anterior es contrario a lo que se supone debería ser la evolución de la transmisión del Canal Cultural. Así, lo demuestran las constantes disminuciones anuales en su programación y transmisión. Lo mismo sucede con el canal Web que a partir del 2008 se encuentra en Internet, pero con problemas de transmisión. Sin embargo, nuevamente cuenta con la salida internacional de Hispasat y TV Española.

2.2.2 Programación

La carta programática del canal incluye la transmisión de los archivos de la Filmoteca de la UNAM, el acervo histórico de la propia dependencia, producciones propias de reciente creación; así como producciones de intercambio programático y/o de adquisición de instituciones universitarias públicas o privadas, nacionales e internacionales como:

- Nacionales: Televisión del Instituto Tecnológico de Monterrey, Televisión de Michoacán, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, Universidad de Guadalajara, Sistema Chiapaneco de radio y televisión, TV Azteca, entre otros.
- Internacionales: BBC de Londres, Columbia Pictures, MGM, TV SENAC del Ministerio de Cultura de Brasil, Canal Vasco de España y algunas televisoras registradas en la Asamblea General de la Asociación Iberoamericana de Televisiones Regionales y Afines (ASITRA), Canal A de Argentina y la ATEI, entre otras.

Actualmente la programación de TV UNAM consta de las siguientes categorías:

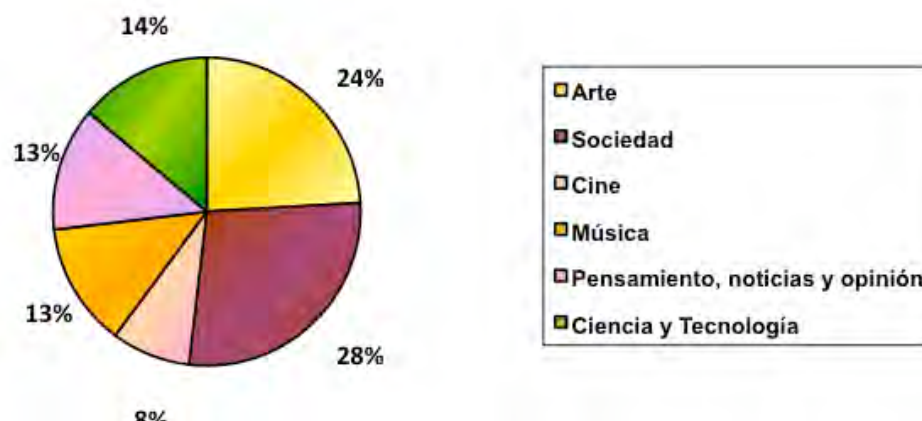
- Series documentales y unitarios: *Halcones; terrorismo de Estado, Tlatelolco; las claves de la masacre, Museo del Estanquillo, Jan Hendrix, Manuel Felguérez, Spencer Túnick y Leonora Carrington, La historia de la Medicina en México, Planeta Tierra, Historia: un siglo de conflictos.*
- Series: *Arte 21, Cómo el arte hizo al mundo, Jazz estacionario, Cuéntame un cuadro, Talleres y oficios de México, INAH, Maestros detrás de las ideas, Ciencia ¿Para qué?, Vías alternas, Argumentos, Revista Cultural Inventario, Puntos de Vista, ¿Cómo ves?, Facultad de diálogo, Genio y Figura.*
- Películas: se presentan películas bajo las identificaciones *Los imprescindibles, Butaca UNAM, Tiempo de filmoteca, La matiné y La película.*
- Cortometrajes: *Pedro y el Lobo* y 28 películas cortas de Chaplin, entre otros.
- Miniseries: *Rojo y Negro, Aurelián, La Casa Desolada.*
- Programas de eventos culturales: Cuatro óperas en honor al músico francés Jean-Philippe Rameau, La Feria Internacional del libro del Palacio de Minería, Conciertos de la Orquesta Filarmónica de la UNAM, la ceremonia de investidura de Doctorados Honoris Causa, Danza en la UNAM, Todo Karajan.
- Programas unitarios: *En busca de Santa, Entre el concreto y el cielo, La vida en un volado, Ernesto “el Chango” García Cabral, Samuel Beckett centenario, Café con Shandy.*

Conforme a esta categorización se puede decir que TV UNAM satisface las necesidades del público meta, aunque hacen falta producciones para los estudiantes

universitarios ya que, se encuentran programas como *Inventario*, *Navegantes de las islas* o *Arte Shock*. Por ello es necesario saber cuántos y qué tipo de programas se transmitieron según el informe 2007 (las cantidades no incluyen repeticiones):

Cantidad de programas ³⁴	Línea temática
590	Arte
340	Ciencia y Tecnología
203	Cine
318	Música
318	Pensamiento, noticias y opinión
680	Sociedad
2449	TOTAL

Equivalentes en porcentaje:



Como podemos observar, la línea temática correspondiente a los programas de arte y sociedad ocupan la mayor parte de la parrilla de programación con 24% y 28% respectivamente, con lo que podemos observar una vinculación entre la Universidad y la sociedad a través de la producción de programas con temáticas sociales y de corte artístico (emisiones televisivas) tal como está planteado en su visión.

³⁴ Jorge Linares. Subdirector de Planeación y Organización de TV UNAM. "Tabla de información estadística básica". Memoria 2007.

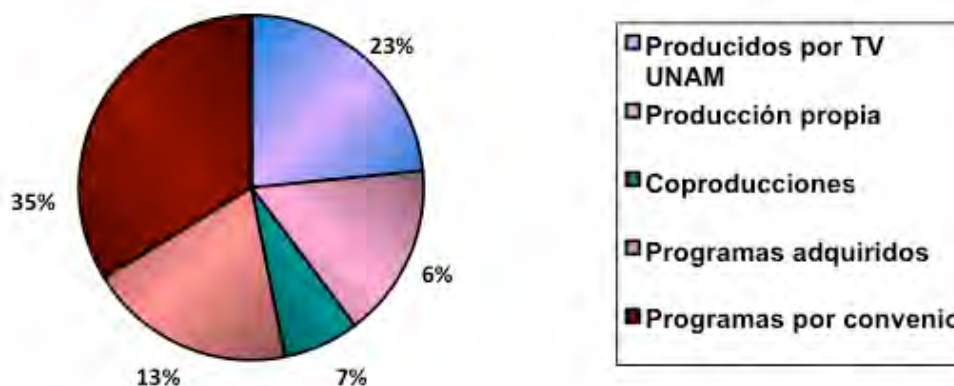
De acuerdo a la descripción general de la programación de TV UNAM su variedad temática apela a las características de una televisión pública. Bajo esta idea y con la información vertida en los cuadros anteriores comprobamos precisamente el objetivo referente al desarrollo de nuevos formatos y lenguajes.

Así entonces, 8% de la programación se dedica al cine entre largometrajes, cortometrajes y documentales, 14% a ciencia y tecnología y 13% a música, pensamiento, noticias y opinión. Consideramos que el rubro de noticias es importante porque a través de ella los estudiantes universitarios pueden enterarse del entorno en el que están involucrados diariamente dentro de la Universidad.

Según el anexo del informe anual de 2007, el total de producción de los programas mencionados es como sigue:

Programas producidos y/o adquiridos

571	Producidos por TV UNAM
397	Producción propia
174	Coproducciones
472	Materiales televisivos adquiridos
822	Programas televisivos por convenio
6771	Total



Con estas gráficas observamos que gran parte de la programación de TV UNAM está hecha con base en adquisiciones y convenios (programas de corte nacional e internacional); son más los programas producidos por la institución que aquellos propios, lo que refleja su capacidad de producción debido a diversos factores, entre ellos el económico.

Cabe mencionar que 23% correspondiente a las producciones por TV UNAM es importante para ayudarle a tener una entrada económica extra y así, trabajar en conjunto con el presupuesto. Por otro lado, la cifra correspondiente a los convenios es de igual manera trascendental pues ayuda a tener una programación variada y plural.

Sin embargo, es elemental trabajar en las producciones propias, ya sea a través de mayor presupuesto o a través de concursos y convocatorias para recibir el apoyo de otras instituciones dispuestas a invertir en nuevas ideas, las cuales finalmente reflejan, promueven y destacan los valores de la Universidad frente a la comunidad universitaria y la sociedad, uno de sus objetivos principales.

De ahí la importancia de crear un programa dedicado principalmente a las FES, escuelas e institutos fuera del campus de Ciudad Universitaria y hacer énfasis en las actividades que ahí toman lugar.

2.2.3. Producciones propias

Como hemos visto, los contenidos de la televisión universitaria descansan en cinco ejes fundamentales: arte, sociedad, cine, música, pensamiento, noticias y opinión y ciencia y tecnología (arte y sociedad son los rubros con más peso dentro de la barra de programación).

También hemos desglosado la misma barra de programación en cuanto a producciones. Con ello concluimos, que más de la mitad de los programas transmitidos son de intercambio y producidos por TV UNAM, mientras que 6% corresponde a producción propia y 7% a co-producciones lo que refleja su capacidad de producción.

A continuación se mencionan algunas de las producciones propias recientes que continúan al aire o produciéndose:

- *Vías alternas*: es un espacio para los jóvenes que da cuenta de las tendencias y expresiones artísticas de las nuevas generaciones. Movimientos musicales, artes escénicas y digitales, son presentadas en esta serie.
- *Inventario*: programa de revista semanal en el que se incluyen los temas más relevantes de *la agenda cultural y científica de la universidad*, frase que identifica al programa. Se transmite los jueves a las 14:00 hrs con repetición ese mismo día a las 22:00 hrs y los sábados a las 18:00 hrs con un especial a las 8:00 hrs
- *Cuéntame un cuadro*: programa que nos lleva por la vida y obra de destacados pintores mexicanos y extranjeros del siglo XX cuya obra fue realizada en nuestro país.
- *Maestros detrás de las ideas*: programa que trata de divulgar la vida y obra de los maestros de la UNAM y sus aportaciones a la sociedad. Se transmite los lunes a las 16:00 hrs con repetición a las 21:00 hrs
- *Navegantes de las islas*: serie que presenta las distintas expresiones artísticas y culturales que se dan en el ámbito de la vida de los estudiantes.
- *Facultad de diálogo*: propicia el diálogo y la reflexión entre los estudiantes por medio de invitados especiales. Se realiza en diferentes espacios de la Universidad.
- *Argumentos*: a través de una charla informal se divulga el conocimiento de las diferentes áreas no solamente científicas, sino también temas políticos de relevancia nacional e internacional, humanística y social.

- *Spencer Túnick en México*: documental semifinalista en la categoría Documental de Arte de los premios Emmy, que narra paso a paso la instalación del fotógrafo en el Zócalo de la Ciudad de México y en el Museo Frida Kahlo los días 7 y 8 de mayo de 2007 respectivamente.
- *Concierto OFUNAM*: programa en el que se transmiten los conciertos de la Orquesta Filarmónica de la UNAM.
- *En Directo*: se presentan los conciertos de bandas de diferentes géneros musicales, destacan el rock y ska en español.
- *Teatro en la UNAM*: serie que transmite las diferentes puestas en escena que se dan cita en la máxima casa de estudios.

2.2.4. Co-producciones

- *Sobremesa*: programas de debate para reflexionar sobre los problemas y desafíos iberoamericanos con México insertado bajo ese contexto. Participan figuras reconocidas del ámbito científico, político y cultural de Iberoamérica. Serie co-producida con América 2010.
- *¿A qué le tiras?:* co-producción con el Gobierno del Distrito Federal a través de la Secretaría de Educación del D.F. Se abordan temas de actualidad apoyados por especialistas en cada materia. Se transmite los viernes a las 8:00 y 13:00 hrs
- *Cazadores de imágenes*: serie co-producida con Castillo Producciones que acerca a la obra de destacados fotógrafos mexicanos, sus temas y sus técnicas.

- *¿Cómo ves?:* primera serie mexicana dedicada a la divulgación de la ciencia y la técnica, producida por TV UNAM y la Dirección General de Divulgación de la Ciencia. Permite un acercamiento a la ciencia con una mirada fresca que muestra lo atractivo y hasta divertido que pueden ser los grandes temas científicos.
- *Pedro y el Lobo:* versión en cortometraje animado merecedor del premio *Oscar* a mejor animación. Realizada en con Breakthru Films y Channel 4 de Gran Bretaña, Se-ma-for de Polonia y Archangel de la República Checa.
- *A escena:* serie en la que se hace una revisión de la obra y trayectoria de dramaturgos y directores cuya participación ha dado relevancia al teatro universitario como Ignacio Retes, Vicente Leñero, Héctor Mendoza y Ludwik Margules.
- *Talleres y oficios de México:* es un recorrido por el ingenio de los artesanos, plasmado en la creación y manufactura de las diferentes manifestaciones de la artesanía mexicana.
- *Música en escena:* programa que muestra a los mejores intérpretes de los más grandes compositores.
- *Cine Club CUEC:* espacio co-producido con el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos en el que se dan cita los cortometrajes en él producidos.
- *La revista de la Universidad:* co-producción con la revista del mismo nombre que presenta entrevistas con sus colaboradores.

La información de este subcapítulo corresponde a cantidades cualitativas y cuantitativas que nos ayudan a tener un panorama específico sobre el mundo en el cual se llevará a cabo este proyecto de tesis. En consecuencia, podemos decir que desarrollar un canal

universitario es una tarea ardua, difícil de mantener con un presupuesto limitado y administrado de tal forma que no es posible tener en 100% todas las áreas.

Se han desglosado las cantidades correspondientes a producciones por TV UNAM, convenios (intercambios) y co-producciones; el primer rubro es la ganadora en programas, mientras que la cantidad de producciones propias no es ni la mitad de la primera (véase anexo 1). El panorama sugiere que TV UNAM podría tener más propia.

Según las cantidades referentes a transmisión, de 2005 a 2007 hubo una disminución de 38%, lo cual bajo una visión progresista los números son mayores y no menores. Desafortunadamente algunos convenios se deshicieron, pero esa es una tarea administrativa por la cual se debe luchar para no alejarse de la misión, visión y objetivos planteados, que finalmente son la base fundamental de la televisión universitaria.

2.3. SERVICIOS QUE OFRECE TV UNAM

La televisora universitaria pone a disposición de institutos, escuelas, facultades y al público en general diversos servicios técnicos y audiovisuales. Ésta es una tarea complementaria a sus funciones primordiales, por lo que ofrece producción, postproducción de videos, *spots*, promocionales, videoconferencias, teleconferencias y coberturas especiales.

Lo anterior es posible gracias a sus características técnicas y de organización como casa productora, las cuales han hecho posible llevar a cabo coberturas, programas y videos significativos para la Universidad. Sin embargo, su estructura es la de una dependencia administrativa, motivo que lleva a tener diferentes procesos de producción y normas de aceptación de proyectos para su realización.

En los siguientes puntos se describen dichos procesos, las facilidades técnicas y servicios con las cuales cuenta la televisora para realizar sus funciones. A su vez, se desglosa

una de las partes más preocupantes: la falta de equipo y su deterioro, parte del cual ha sido renovado en los últimos años.

2.3.1. Servicios a dependencias administrativas y académicas

Para salvaguardar los eventos importantes de la UNAM la televisora se da a la tarea de grabarlos bajo solicitud previa, cubre eventos a cargo de la *Coordinación de Difusión Cultural*, así como cátedras magistrales, coloquios y representaciones. Además, ofrece asesorías técnicas y soporte con servicios de producción a las dependencias que necesitan realizar algún material audiovisual ya sea bajo producción de TV UNAM o co-producción.

De acuerdo a cifras de los informes anuales se ha cumplido con los servicios durante esta administración. En 2004 se atendieron 56 solicitudes de 15 dependencias como la Rectoría, el Museo Universitario del Chopo, la Dirección General de Actividades Cinematográficas, la Secretaría de Servicios a la Comunidad Universitaria, el Instituto de Investigaciones Sociales, entre otras. Se les dieron asesorías técnicas, instalación de equipos y circuitos cerrados y transmisiones vía satélite. En cuestión de co-producciones, se realizaron más de 100 materiales con Difusión Cultural, la Secretaría de Desarrollo Institucional, la Coordinación de Investigación Científica, etc.

Algunos eventos relevantes transmitidos en vivo por el canal y la red Edusat fueron:

- Eventos de la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería.
- El Día Internacional de la Danza.
- Ceremonia del 75 aniversario de la Autonomía Universitaria.
- La IX Muestra Nacional de Televisión, Video y Nuevas Tecnologías.
- Conferencia *Consideraciones Constitucionales y Transparencia Judicial Estatal: El caso Nuevo León*, organizada por la Facultad de Derecho y la oficina del Abogado General de la UNAM.

El informe de 2005 dice que en ese año solamente se realizó la cobertura del Año Internacional de la Física y de la Feria del Libro del Palacio de Minería. En tanto, los eventos de las dependencias pertenecientes a Difusión Cultural se cubrieron o se integraron a manera de nota informativa en la revista cultural *Inventario* y se realizaron programas televisivos con las actividades científicas de diferentes facultades e institutos de investigación.

Además, se atendieron 105 solicitudes de 20 dependencias universitarias entre las que se encuentran: Rectoría, Difusión Cultural, la Dirección General de Actividades Cinematográficas, la Dirección General de Música, el Instituto de Química, la Dirección de Asuntos Laborales, La Escuela Nacional de Música y las Facultades de Ingeniería y Química, entre muchas otras.

Durante el año siguiente se cubrieron las principales actividades de la UNAM, especialmente las de Difusión Cultural, con la que se llevaron a cabo algunas co-producciones como *Viernes al aire libre*, el torneo de ajedrez en la Casa del Lago, continuación de la serie *Historias recuperadas* con la Filmoteca, programas especiales con el MUCA, cápsulas del Patrimonio Universitario con Fundación UNAM, etc.

Las jornadas más relevantes fueron:

- La Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería.
- La XX Feria Internacional del Libro y el XXI Festival Internacional de Cine de Guadalajara.

También se realizaron producciones a otras dependencias, por ejemplo: a las Secretarías de Desarrollo Institucional y de Programas Especiales para la Comunidad, las Facultades de Ingeniería, Ciencias Políticas y Sociales y de Filosofía y Letras; los Institutos de Ciencias del Mar, de Investigaciones Bibliográficas y de Investigaciones Filológicas, etc.

Se atendieron 71 solicitudes de once dependencias universitarias entre servicios de asesoría técnica, instalación de equipos, circuitos cerrados, transmisiones vía satélite y microondas solicitadas por la Rectoría, Difusión Cultural, Oficina del Abogado General, Coordinación de Humanidades, Dirección General de Comunicación Social, Radio UNAM, Sala Nezahualcoyotl, Facultades de Medicina y Ciencias Políticas y Sociales, entre otras.

El último informe nos indica que se atendieron los principales eventos de la UNAM, especialmente los de Difusión Cultural. También se produjeron programas y materiales de difusión con diversas dependencias universitarias. Algunos de los eventos más importantes fueron:

- La Feria Internacional de Libro del Palacio de Minería
- Las temporadas de Conciertos de la Orquesta Filarmónica de la UNAM
- Los conciertos de la Orquesta Sinfónica de Minería
- El Festival de las Culturas en Resistencia Ollin Kan
- La ceremonia de investidura de Doctorados Honoris Causa
- La ceremonia con motivo de la Declaración del Campus Central de Ciudad Universitaria como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO.

2.3.2. *Servicios técnicos*

Como parte de este apartado encontramos que TV UNAM cuenta con servicios de producción y realización en formatos:

- DVCAM
- BETACAM SP
- HIGH DEFINITION
- 16 MM
- 35 MM

Cuenta con sistemas portátiles de grabación en los dos primeros formatos y tiene 3 estudios de grabación con las siguientes dimensiones:

- Estudio 1: 15 x 20 x 6 m
- Estudio 2: 15 x 15 x 5.30 m
- Estudio 3: 10 x 10 x 5.30 m

En cada uno se encuentran cuatro cámaras con grabadora en formatos DVCAM, BETACAM SP y cabina para transmisión con equipo de audio y control de iluminación. Además, cuenta con una cabina de audio para grabación y una unidad móvil equipada con microondas, consola de audio, máquinas videograbadoras en formatos DVCAM y BETACAM SP.

El área de postproducción cuenta con:

- Islas de calificación no lineal
- Islas de edición *off line* en BETACAM SP
- Dos salas de postproducción en formatos BETACAM SP con generadores de efectos especiales DFS 500 y DFS 700.
- Dos salas de edición no lineal para video con AVID, *Composer 9000* y AVID *Adrenaline*.
- Una sala de postproducción de audio con PROTOOLS.

Por otro lado TV UNAM tiene la videoteca universitaria más grande de América Latina con especificaciones de primer mundo.

2.3.3. Servicios al público en general

Durante el 2004 fueron pocas actividades en relación con éste punto, pero podemos hablar de co-producciones con el Instituto Federal Electoral, el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública, la Secretaría de Cultura del Gobierno del Distrito Federal, el Instituto Mexicano de la Radio y Radio y Televisión Mexiquense.

Para el siguiente año se contabilizaron más instituciones entre las que se encuentran la Fundación Harp Helú, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes, Canal 22, Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa y el Instituto Mexicano del Seguro Social. También existió una cooperación internacional con la producción del cortometraje *Pedro y el lobo* con Se-ma-for y Breakthru films pertenecientes a Polonia e Inglaterra respectivamente.

En las elecciones presidenciales del 2 de julio de 2006:

TV UNAM realizó una cobertura especial en la que se incluyó no sólo el seguimiento del proceso electoral, sino se mantuvo una programación con una temática con procesos electorales y democracia. Todo ello se convirtió en la señal que todos los medios nacionales e internacionales utilizaron para dar cuenta del proceso...Fueron transmitidas 15 horas continuas de programación sobre el proceso electoral. Así mismo, los días 5 y 6 de julio se cubrieron los comunicados del Instituto y los resultados preliminares informados por el mismo IFE.³⁵

Además se realizaron co-producciones con varias instituciones por ejemplo: la Secretaría de Economía, la Secretaría de Desarrollo Social, la Cámara de Diputados, el Consejo nacional para la Cultura y las Artes, la Dirección General de Televisión Educativa de la SEP, Radio Educación, la Red de Radiodifusoras y Televisoras de la República Mexicana A.C. la revista Proceso, la cooperativa La Cruz Azul A.C., etc.

³⁵ Memoria UNAM 2006 [en línea]. *Op. cit.*

Cabe destacar que desde 2007, se puso en función la videoteca en el edificio que alberga las nuevas oficinas administrativas. La bóveda cuenta con técnicas avanzadas para preservar en condiciones óptimas las más de 8 000 cintas que es posible albergar y tiene la característica de ser abierta, es decir, de consulta pública. Alberga material interno y externo (servicio que también ofrece), cerca de 90 mil cintas en diferentes formatos con aproximadamente 10 mil títulos.

También cuenta con una biblioteca de estantería abierta con títulos importantes para el desarrollo de trabajos de investigación. Actualmente los libros se encuentran en proceso de clasificación y actualización. Otro servicio es la sala de videoconferencias pública *Pola Weiss*.

2.4. VINCULACIÓN CON COMUNIDAD ESTUDIANTIL

Para desarrollar este punto recordemos que uno de los objetivos de TV UNAM es promover y destacar los valores e imagen de la Universidad frente a la comunidad universitaria y la sociedad, por lo cual creemos necesario el desarrollo e implementación de programas, concursos, convocatorias y talleres dirigidos a los universitarios con el fin precisamente de llegar a ese objetivo.

No debemos pensar en la televisora como una entidad académica pues queda claro que no lo es. Sin embargo, si se llevaran a cabo las propuestas del párrafo anterior sería posible acercar a los estudiantes a la televisora y involucrarlos en un mundo adecuado solamente para ellos y sus proyectos. De esta forma se fortalecería la imagen, se daría mayor cabida a nuevas ideas y formatos, expresiones universitarias, vinculación y desarrollo.

El único programa establecido que cumple con las características anteriores es el de becarios; un sistema es de gran ayuda para la televisora y sus participantes. Gracias a él los estudiantes aprenden, aplican, organizan y realizan tareas de acuerdo a los objetivos y perfil de su licenciatura. Anualmente se aceptan entre 30 y 50 estudiantes como consta en los informes anuales, cuando esa cantidad debería ser semestral.

Un programa similar se realizó en 2006: mediante un concurso se mandó a Polonia a un estudiante para colaborar en la producción del cortometraje animado *Pedro y el lobo* en Polonia. Luis Gabriel Vázquez de la Escuela Nacional de Artes Plásticas participó como asistente de producción en el cortometraje durante tres semanas, durante las cuales declara haber adquirido muchos conocimientos y haber sido su mejor experiencia.

Un año más tarde se llevó a cabo la *Primera edición del Sistema de Apoyo a la Producción Televisiva realizada por jóvenes* en el 2007 con el fin de impulsar su participación en la producción de programas culturales de televisión. La convocatoria estuvo dirigida a jóvenes de hasta 25 años de edad con proyectos de producción en las categorías videoarte, documental y animación.

Se recibieron 38 proyectos que fueron evaluados por el consejo asesor externo de la dependencia. Los ganadores obtuvieron un financiamiento para realizar su proyecto con apoyo técnico, asesoría y finalmente su transmisión por el Canal Cultural de los Universitarios.³⁶

En ese mismo año, del 4 al 8 de julio, se realizó la Semana de TV UNAM en la Escuela Nacional de Artes Plásticas, donde se llevaron a cabo diversas actividades simultáneas como conferencias, exposiciones y proyecciones. Fue en dicha escuela y en el marco de la Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería donde se levantaron dos encuestas de teleaudiencia “[...] con el propósito de contar con información sobre la percepción de la audiencia potencial de TV UNAM sobre nuestra oferta programática y de crear, al mismo tiempo [...] una campaña de promoción de imagen [...]”³⁷

Actualmente la televisora está preocupada por estar más en contacto con estudiantes universitarios. Por eso, está diseñando programas que puedan ayudar al desarrollo profesional y al perfil de sus carreras, primordialmente de Ciencias de la Comunicación y Diseño Gráfico.

³⁶ *Memoria 2007. Op. cit.,* pág. 1.

³⁷ *Ídem.*

2.5. PROCEDIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS

El procedimiento para la producción de programas en televisión universitaria es básicamente el mismo que se sigue en otras televisoras, aunque con otro tipo de trámites, tiempos de evaluación y aprobación, los cuales cambiarán o variarán de acuerdo a la administración en turno según el Lic. Jorge Linares Olguín, Subdirector de planeación y organización de TV UNAM.

1. PRESENTACIÓN DEL TEMA³⁸

Se hace una junta con la instancia correspondiente donde se explican los objetivos generales del tema, se justifica la importancia y vinculación con la UNAM, así como las posibilidades que ofrece en cuanto a contenidos, realización y producción.

2. PROPUESTA DEL PROGRAMA

Una vez aprobado el tema se procede a elaborar la propuesta por escrito ante el departamento pertinente con los siguientes lineamientos (de ser posible se entrega con una copia del guión):

- Nombre del responsable
- Tema o título
- Fundamentación
- Objetivos
- Contenido
- Estructura y tratamiento
- Plan de producción

³⁸ Los puntos de producción presentados fueron tomados de Hugo Ponce “Una nueva alternativa de televisión” y confirmados por productores de TV UNAM.

- Necesidades de producción

Pasadas las etapas de evaluación y aprobación se designa un responsable del proyecto y se procede a elaborar:

- Propuestas de programas
- Tiempos para cada una de las etapas de producción
- Evaluación de la magnitud de la producción y asignación de presupuesto por programa y línea de programas.
- Gastos de preproducción
- Informe de avances del proyecto

3. PREPRODUCCIÓN

Cuando el proyecto ya forma parte de la planeación global de producción comienza la etapa de preproducción que comprende:

- Investigación temática
- Guión tentativo
 - Con investigación de campo y temáticas establecidas
- Planeación de producción
 - Breakdown
 - Plan de grabaciones
 - Presupuestos de producción y postproducción
 - Solicitud del departamento de diseño
- Preparación de la producción
 - Visita de locaciones
 - Reunión de preproducción (intercambio de ideas y opiniones en torno al guión para dar posibles soluciones técnicas. De aquí surge la lista definitiva del

equipo técnico necesario que posteriormente se aprueba por el departamento de producción).

- Solicitud de *transfers* de material de stock.

4. PRODUCCIÓN

Se organiza de acuerdo a las características y necesidades de cada programa, entrevistados y horarios de las locaciones de ser el caso. Como parte del procedimiento se deben elaborar:

- Reporte de cámara
- Reporte de grabaciones
- Informe de gastos

5. POSTPRODUCCIÓN

Es la última fase de producción donde se arma y confecciona el programa. Incluye los siguientes puntos:

- Calificación de material
- Edición
- Recopilación de documentos de cada etapa de trabajo

6. EVALUACIÓN

Finalmente, el equipo de la realización se reúne para intercambiar opiniones en torno al trabajo llevado a cabo. Posteriormente se hace una última junta para evaluar el programa terminado con el productor y realizador.

2.6. DIAGNÓSTICO ENTRE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

El presente diagnóstico tiene como fin describir de manera general la situación en que se encuentra el Canal Cultural de los Universitarios entre la población estudiantil universitaria. La encuesta realizada por nosotros no pretende dar explicaciones más allá de los resultados encontrados, sin embargo se harán algunas precisiones con información recabada en los cuestionarios y en pláticas entabladas con las personas encuestadas.

Anteriormente no se había hecho una encuesta exclusivamente a los universitarios para saber cuáles son sus inquietudes e intereses. No teníamos idea de qué saben o en qué concepto tienen a la televisión universitaria. Por ello, este diagnóstico nos ayudará a saber cómo está posicionado el canal entre la población estudiantil, ya que es finalmente a quien va dirigido el programa.

La primera mitad de la encuesta está dedicada al canal para saber qué tanto saben los estudiantes acerca de él y qué tipo de contenidos les gustaría ver. En tanto la segunda parte se refiere a los nuevos contenidos que podría manejar, de esta forma supimos si los universitarios están de acuerdo o no en que TV UNAM dedique un espacio que les informe acerca del acontecer de la universidad y donde puedan expresar sus logros académicos o de tipo extracurricular.

Los resultados de la segunda parte son los más importantes para esta tesis ya que con ellos es posible apoyar los elementos establecidos en el programa *Interconexión*, que como sabemos, es un programa dedicado a difundir el quehacer de la Universidad, los servicios, acontecimientos y vida estudiantil. Estos elementos fueron evaluados por los estudiantes, lo que nos representa una oportunidad para saber su opinión y una opción para acercarse a ellos.

Con los resultados se pretende tener un aproximado de cuántos alumnos en las diferentes escuelas y facultades de la UNAM ven o han visto el Canal Cultural de los Universitarios, cuántos han visto programas de TV UNAM por televisión abierta, qué

programas conocen y qué contenidos les gustaría ver con el fin de obtener un diagnóstico general que apoye la hipótesis de este trabajo.

Cabe señalar que en 2008 TV UNAM realizó una encuesta de audiencia del Canal Cultural de los Universitarios durante la *Feria Internacional del Libro del Palacio de Minería* del 22 de febrero al 4 de marzo y en la Escuela Nacional de Artes Plásticas durante la *Semana de TV UNAM* del 4 al 8 de junio del mismo año. Los resultados que se obtuvieron son similares a la del correspondiente a este apartado.

Para el diagnóstico se utilizó el libro *Guía para realizar investigaciones sociales* del sociólogo Raúl Rojas Soriano, donde se explica el proceso para llevar a cabo una investigación con temas como qué es la investigación social, operacionalización de hipótesis, diseño de la muestra, técnicas cualitativas y cuantitativas y la redacción final del trabajo de investigación. Además, fuimos asesorados por el Mtro. en Matemáticas Leonardo Olmedo de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, quien amablemente contribuyó al diseño y cálculo de la muestra.

Con su ayuda y de acuerdo a lo establecido por el Dr. Rojas Soriano se concluyó que por las características de la investigación y el cuestionario, era necesario un muestreo aleatorio simple con una muestra para estudios sencillos bajo las siguientes condiciones:

- a) La población objeto de estudio es grande (más de 10 mil casos).
- b) Cuestionario reducido (entre 30 y 40 preguntas).
- c) Las alternativas de respuesta son excluyentes (preguntas cerradas).³⁹

La fórmula para este tipo de estudios es :

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

³⁹ Raúl Rojas. *Guía para realizar investigaciones sociales*, pág. 298.

El nivel de confianza se estableció en 95%, como se sugiere para realizar investigaciones sociales. De ahí se obtuvo una muestra representativa de 384 alumnos a ser divididos en los siguientes campus:

- Ciudad Universitaria
- Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia
- Escuela Nacional de Música
- Escuela Nacional de Trabajo Social
- Escuela Nacional de Artes Plásticas
- Facultad de Estudios Superiores Acatlán
- Facultad de Estudios Superiores Aragón
- Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán
- Facultad de Estudios Superiores Iztacala
- Facultad de Estudios Superiores Zaragoza

Otra sugerencia es aplicar una encuesta piloto para saber si el planteamiento y organización de las preguntas y vocabulario están hechos correctamente para evitar confusiones. Esta prueba se aplicó en el campus CU a 12% de la muestra, el resultado fue modificar algunas preguntas como la 2 y 6, integrar otras como la pregunta 5 *¿Por qué no lo has visto?* y su organización como es el caso de las preguntas 8 y 9 (véase anexo 2 para más información sobre el diseño del cuestionario).

Así mismo, se recomienda aplicar 10% extra sobre la muestra con fines de control de calidad para descartar cuestionarios confusos, ilegibles o no contestados, por lo tanto la muestra en cada plantel quedó en 43 cuestionarios.

Durante la encuesta visitamos todos los campus, el lugar de aplicación fue en la salida principal de cada uno y, debido a que todos tienen de 2 a 3 salidas, elegimos la cercana a la vía pública más concurrida o donde fluía el transporte público. En el caso de CU se aplicó en las inmediaciones de metro Copilco y de metro Universidad.

Se eligió a la quinta persona que se dirigiera a la salida del campus y así sucesivamente durante un conteo continuo. Para sustituir a quienes se negaron a contestar la encuesta el conteo comenzaba nuevamente. El número cinco fue el resultado medio de sacar 43 veces papeles de una bolsa numerados del uno al cinco.

La razón de haber elegido a quienes salieran fue porque se realizó durante la primera y segunda vuelta de exámenes finales, días en los que a juzgar por nuestra experiencia, quienes arriban a los planteles por lo general tienen más prisa que quienes salen, por lo tanto era más probable que aceptaran ser encuestados.

En lo referente al diseño del cuestionario, éste fue hecho con base en información que nos proporcionara una idea más clara de la opinión concreta de los universitarios sobre TV UNAM y su programación. Con base en ello, la pregunta uno fue necesaria para saber el porcentaje de universitarios que conocen el canal. Así, se podría tener la opinión de quienes saben poco o mucho sobre la programación de la televisora y de quienes no.

La pregunta dos está muy relacionada con la anterior; pues con ella pudimos saber el porcentaje de personas que ven o han visto el canal por algún sistema de cable diferente de Cablevisión o SKY. De ésta forma pudimos saber si era viable que TV UNAM trabajara con sistemas de cable pequeños y no solamente los más comerciales.

El siguiente cuestionamiento plantea el primer acercamiento a la opinión de los universitarios sobre el canal. La pregunta solamente estuvo dirigida a quienes ven o han visto el canal pues ellos tienen mayor información y son los más indicados para emitir un juicio que aquellos que sólo han visto programas por canales abiertos, quienes finalmente pueden hacer propuestas de contenidos de manera más general.

La pregunta cuatro es complementaria a la uno pues así pudimos saber qué programas o contenidos han visto quienes contestaron afirmativamente a la primera pregunta lo que nos permite saber cuál es el contenido que más conoce la gente.

En tanto, la pregunta cinco fue diseñada para quienes respondieron negativamente a la primera pregunta. Así, sabríamos de manera general la problemática por la cual los universitarios no ven o han visto el canal. De ahí, se podría obtener una conclusión económica debido a la falta de algún sistema de cable o falta de difusión por parte de la televisora.

La siguiente pregunta se planteó para saber qué porcentaje de las personas encuestadas, independientemente si han visto o no el canal, han podido ver alguno de los programas de TV UNAM por los canales de la televisión abierta, que a decir por los informes anuales, se difunden en todos los canales. Este resultado nos acerca a un porcentaje más real de las personas que conocen los contenidos que produce o co-produce TV UNAM.

La pregunta siete se hizo porque era necesario para saber qué programas o contenidos conoce la gente. De esta manera, sería posible identificar aquellos que no correspondían al canal más fácilmente. Además, podríamos saber qué programas han salido con más frecuencia al aire por canales abiertos.

El cuestionamiento ocho fue una aproximación a la opinión de los universitarios para que propusieran contenidos nuevos o ampliar los que ya trasmite el canal. Así, estaríamos enterados de las preocupaciones que tienen y que pudieran ser atendidos por la televisora, pues recordemos que no existe alguna encuesta que englobe esta cuestión.

Al preguntar sobre los contenidos con actividades relevantes de la UNAM quisimos saber si para los universitarios sería viable que se enteraran por un medio de comunicación como la televisión sobre este tema. El cuestionamiento surgió a raíz de que a nuestro parecer no existen suficientes programas que nos den cuenta de lo que pasa en la Máxima Casa de Estudios.

Las preguntas 10, 11, 12 y 13 se refuerzan mutuamente al tomar en cuenta información útil y algunas de las tantas actividades que podrían incluirse en un programa ya que, tienen

que ver directamente con los estudiantes y con todos los centros externos a CU. Además, con ellas podríamos saber si los universitarios aprobarían un programa con esas características.

Las preguntas 14 y 15 se incluyeron para saber qué porcentaje de la comunidad está de acuerdo en que la Universidad tenga una salida de canal propio para ser visto por toda la población mexicana y en todo caso, de ser de su agrado, estarían dispuestos a verlo pues de lo contrario no tendría ningún caso tener esa otra opción en la televisión abierta.

Una vez que se diseñó y aplicó el cuestionario comenzamos el procesamiento de las respuestas. Para hacerlo, se utilizó la técnica proporcionada por el analista en sistemas Juan Camarena Santiesteban.⁴⁰ Con este procedimiento cada respuesta se tabula bajo un concepto por ejemplo: el dato de las edades se dividió en 18 a 22, 23 a 27 y más de 28, cada cuestionario se clasificó según la división de edades, posteriormente se calculó un total general por rubro en cada campus.

Por otro lado, para cerrar las preguntas abiertas las respuestas de cada una se englobaron en conceptos generales. Así, las preguntas 4 y 7 fue posible englobarlas en las categorías:

- Cultura
- Música
- Cine
- Divulgación de ciencia y tecnología
- Documentales
- Informativos
- Educativos
- Otro
- No recuerda
- No contestó

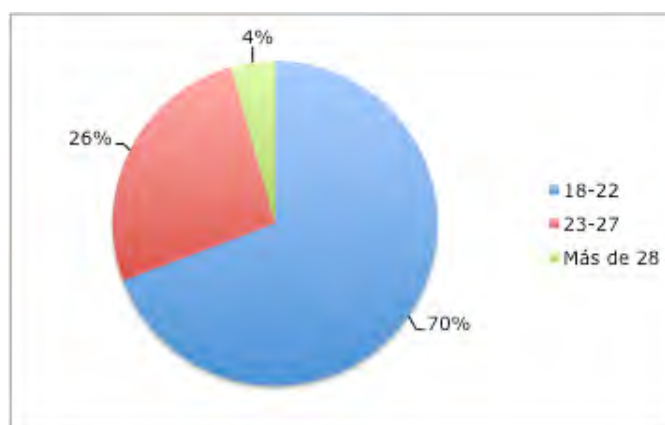
⁴⁰ *Ibidem*, pág. 323.

La pregunta 8 tiene la misma clasificación más una sobre *información general de la UNAM*. Cabe señalar que varias personas mencionaron un mismo concepto de diferentes maneras por lo que se tomó como un solo concepto, hubo quienes mencionaron varios conceptos por ejemplo: danza, cultura, noticias y documentales, incluimos danza en el concepto cultura, por lo tanto se mencionaron tres conceptos.

RESULTADOS

EDAD

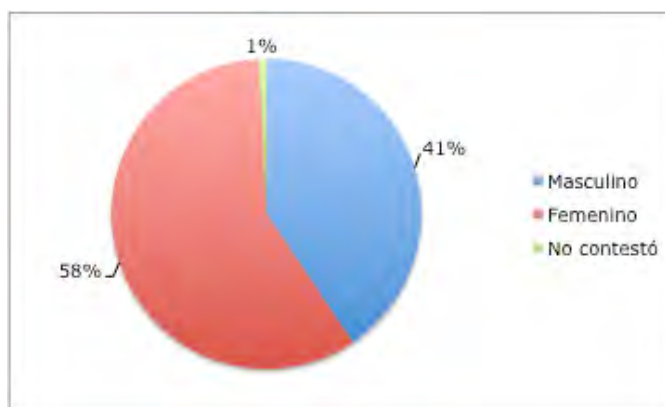
18-22	268	70%
23-27	102	26%
MÁS DE 28	17	4%
TOTAL	387	100%



La mayoría de los encuestados, es decir 70%, tiene entre 18 y 22 años, los de 23 a 27 años representan menos de 30% (26%) y solamente el cuatro por ciento es de más de 28 años.

SEXO

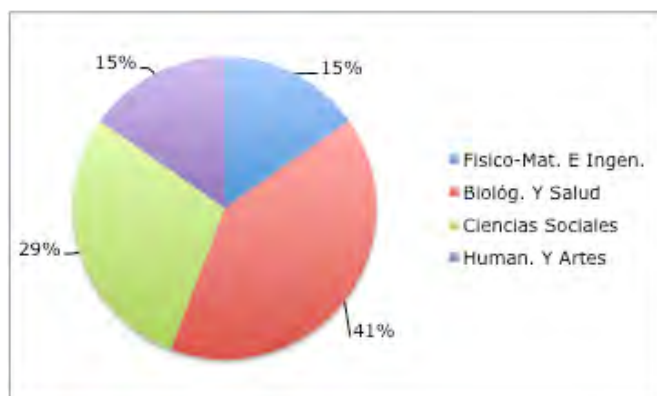
MASCULINO	157	41%
FEMENINO	227	58%
NO CONTESTÓ	3	1%
TOTAL	387	100%



Las mujeres representan a más de la mitad de los encuestados con 58% del total de los encuestados, mientras que 41% corresponde a hombres.

CARRERA

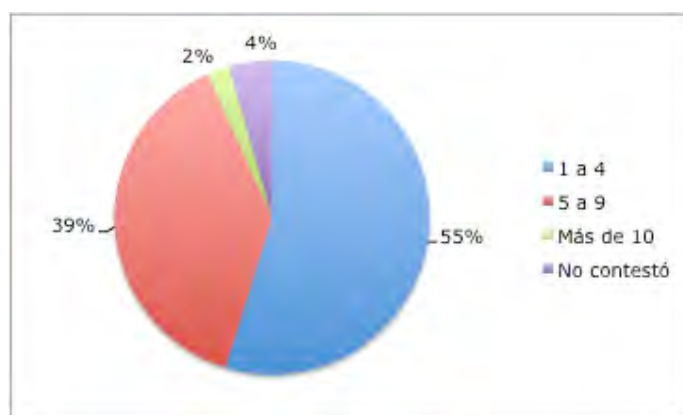
FISICO-MAT. E INGENIERÍAS	59	15%
BIOL. Y DE LA SALUD	157	41%
CIENCIAS SOCIALES	112	29%
HUMANIDADES Y ARTES	59	15%
TOTAL	387	100%



En este rubro poco más de 40% (41%) está cursando una licenciatura en el área de ciencias biológicas y de la salud. Le siguen las ciencias sociales con 29%, por su parte las carreras fisico-matemáticas e ingenierías tienen 15% del total cada una.

SEMESTRE

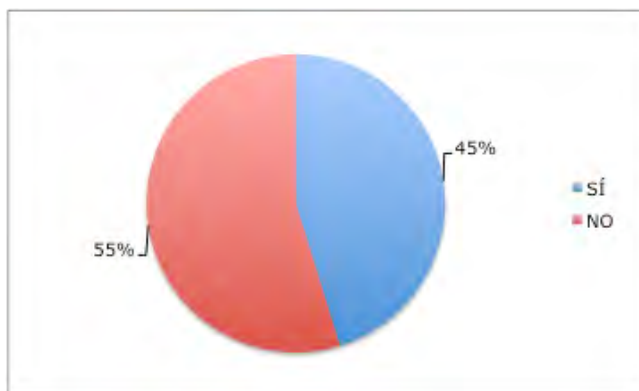
1 A 4	212	55%
5 A 9	149	39%
MÁS DE 10	9	2%
NO CONTESTÓ	17	4%
TOTAL	387	100%



Cincuenta y cinco por ciento están inscritos en la primera mitad de la carrera, 39% se encuentra en la segunda mitad y 2% en carreras con más de 10 semestres.

1. ¿Ves o has visto el Canal Cultural de los Universitarios?

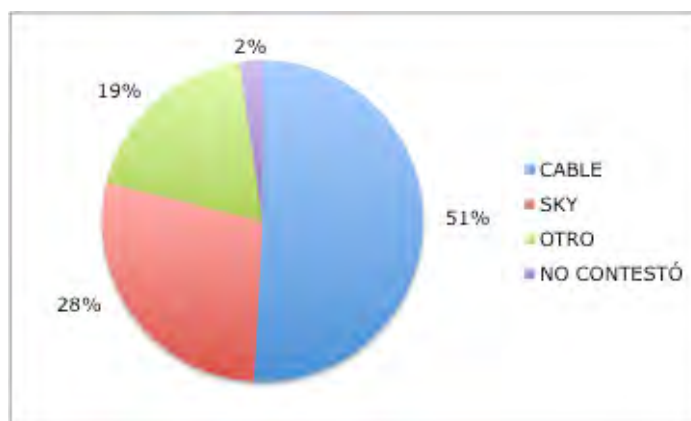
SÍ	175	45%
NO	212	55%
TOTAL	387	100%



Del total de la población universitaria encuestada 55% dice no haber visto el canal por el contrario, 45% declara haber visto o ser televidente del mismo.

2. ¿Por cuál sistema de paga lo ves o has visto?

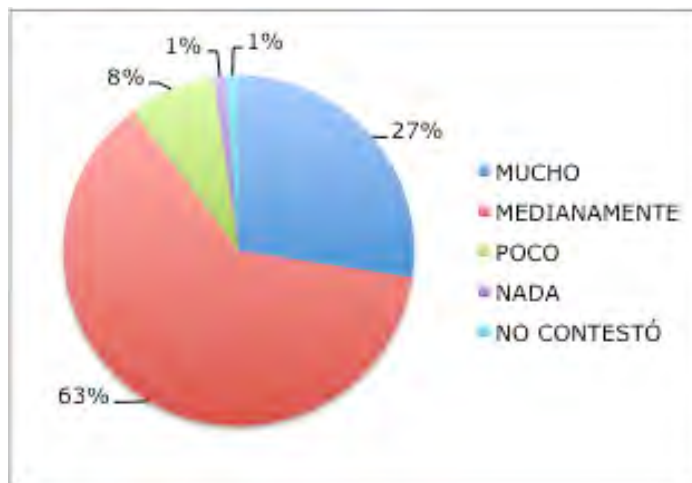
CABLE	89	51%
SKY	49	28%
OTRO	33	19%
NO CONTESTO	4	2%
TOTAL	175	100%



Sesenta y nueve por ciento de los encuestados cuentan con el sistema Cablevisión o Sky, el primero con 51% y el resto correspondiente al segundo. En tanto, 19% cuenta con un sistema de cable diferente a los anteriores. Cuatro personas, es decir 2%, no contestó la pregunta.

3. ¿Qué tan interesante es la programación del canal?

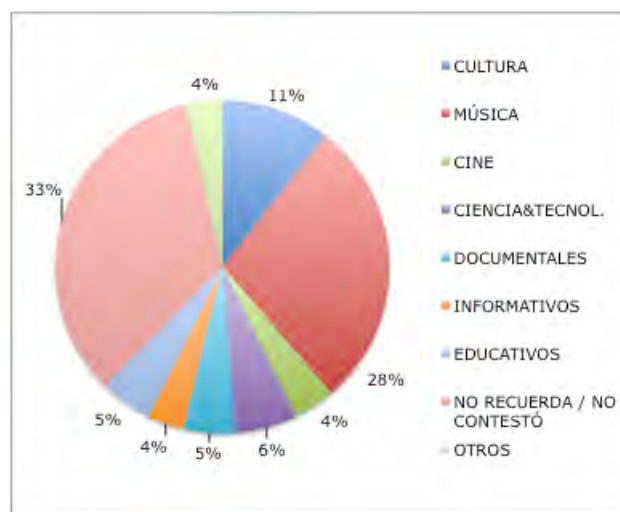
MUCHO	48	27%
MEDIANAMENTE	109	63%
POCO	14	8%
NADA	2	1%
NO CONTESTÓ	2	1%
TOTAL	175	100%



Para 6.2 personas de cada 10, es decir, para 63% de los encuestados la programación de TV UNAM es medianamente interesante; 2.7 personas de cada 10 (27%) la califica como poco interesante y menos de 10% como poco o nada interesante y solamente 1% no contestó la pregunta.

4. ¿Qué programas conoces?

CULTURA	21	11%
MÚSICA	56	28%
CINE	8	4%
CIENCIA & TECNOL.	12	6%
DOCUMENTALES	10	5%
INFORMATIVOS	7	4%
EDUCATIVOS	10	5%
NO RECUERDA / NO CONTESTÓ	68	33%
OTROS	7	4%

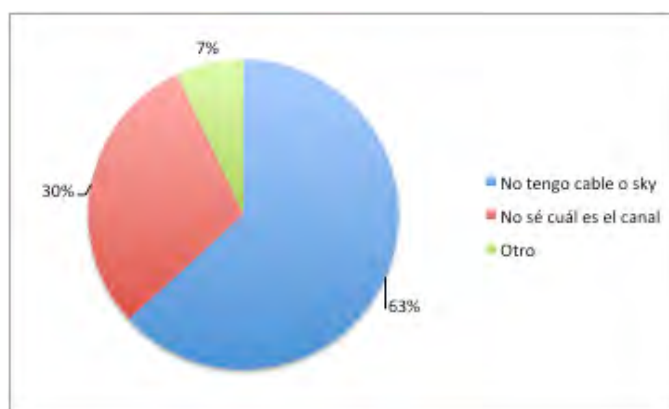


La mayoría de los universitarios encuestados no recuerda o no contestó la pregunta. Por otro lado, el concepto que más menciones tuvo fue música con 28%, en segundo lugar está cultura con 11% y la misma cantidad se divide entre documentales y ciencia y tecnología.

Cinco y cuatro por ciento de los universitarios dicen haber visto informativos y educativos. También 4% ha visto alguna película u otro tipo de programa.

5. ¿Por qué no lo has visto?

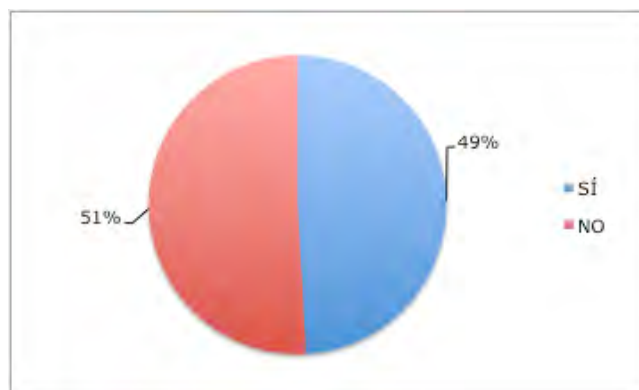
NO TENGO CABLE O SKY	134	63%
NO SÉ CUÁL ES EL CANAL	63	30%
OTRO	15	7%
TOTAL	212	100%



Sesenta y tres por ciento del total no ha visto el canal por la falta de algún sistema de televisión de paga y 30% afirma no saber cual es el canal donde se transmite. El resto (7%) tiene otras razones para no verlo.

6. ¿Has visto programas de TV UNAM por tv abierta (canales gratuitos)?

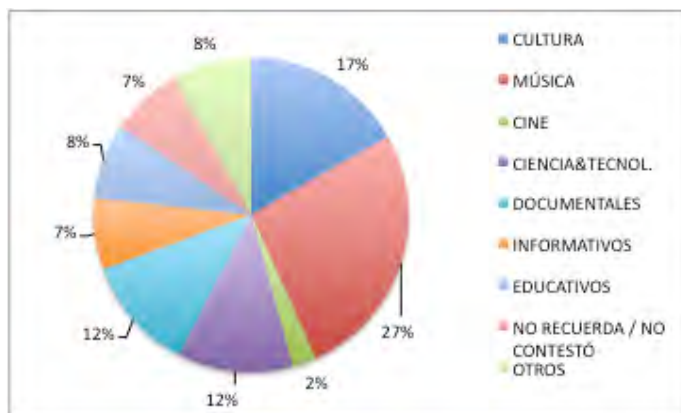
SÍ	190	49%
NO	197	51%



En promedio, 5.1 personas de cada 10 respondieron que no han visto programas de TV UNAM por televisión abierta, mientras que 49% sí ha visto alguno.

7. ¿Qué programas has visto o de qué tipo?

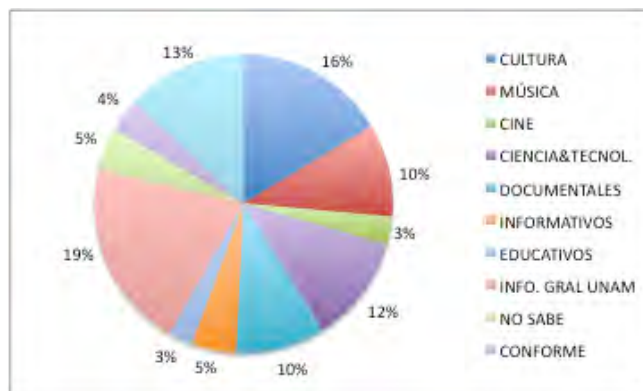
CULTURA	41	17%
MÚSICA	65	27%
CINE	6	2%
CIENCIA & TEC	29	12%
DOCUMENTALES	29	12%
INFORMATIVOS	18	7%
EDUCATIVOS	19	8%
NO RECUERDA / NO CONTESTÓ	18	7%
OTROS	20	8%



Veintisiete por ciento de los encuestados declara haber visto algún programa relacionado con música; 17% ha visto alguno relacionado con cultura mientras que 24% lo comparten documentales y programas de ciencia y tecnología. Además, 15% ha visto informativos o educativos. En tanto, 8% ha visto otro tipo de programas, 7% no recuerda o no contestó y solamente 2% afirma haber visto alguna película.

8. ¿Qué contenido o qué te gustaría ver en un programa de la UNAM?

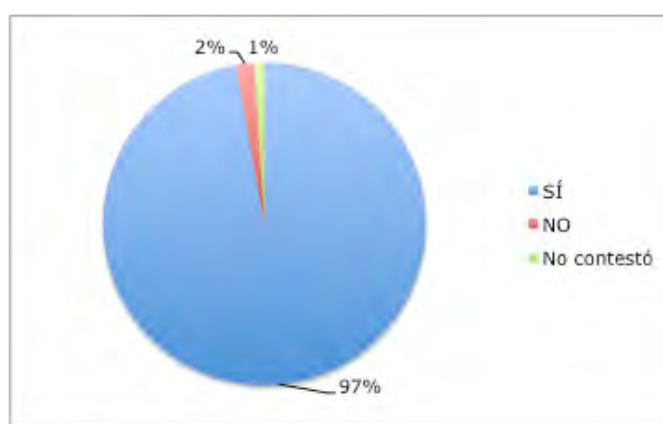
CULTURA	81	16%
MÚSICA	50	10%
CINE	15	3%
CIENCIA & TECNOL.	58	12%
DOCUMENTALES	48	10%
INFORMATIVOS	24	5%
EDUCATIVOS	13	3%
INFO. GRAL UNAM	101	19%
NO SABE	23	5%
CONFORME	18	4%
OTROS	65	13%



El contenido que más le gustaría ver a los universitarios es información relacionada con la UNAM, concepto con 19% del total de menciones, sigue cultura con 16% y a 12% le gustaría ver más ciencia y tecnología. En tanto, 20% está dividido entre música y documentales y 5% prefiere ver informativos, mientras que 3% vota por cine y la misma cantidad por programas educativos. Por otro lado 23 personas, es decir, 5% no sabe qué le gustaría ver. Cuatro por ciento está conforme con el contenido del canal y a 13% le gustaría ver otro tipo de contenidos diferentes a los ya mencionados.

9. ¿Te gustaría que el canal tuviera una programación con contenido sobre las actividades relevantes de la UNAM?

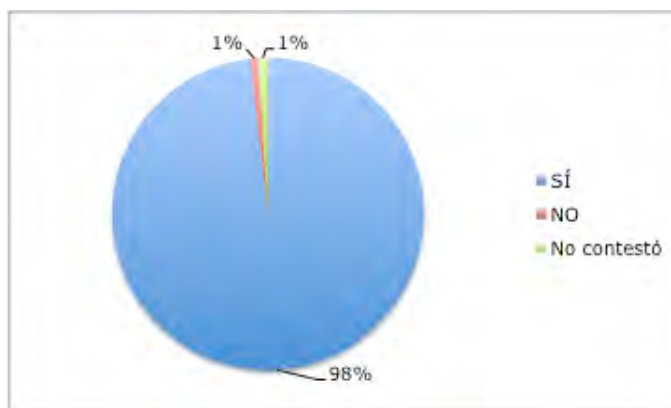
SÍ	376	97%
NO	7	2%
NO CONTESTÓ	4	1%



En cuanto a si les gustaría ver contenidos sobre las actividades importantes de la Universidad, 97% está a favor y 2% en contra.

10. ¿Estás de acuerdo en dar difusión a la labor de los universitarios en distintos ámbitos académicos y actividades extracurriculares?

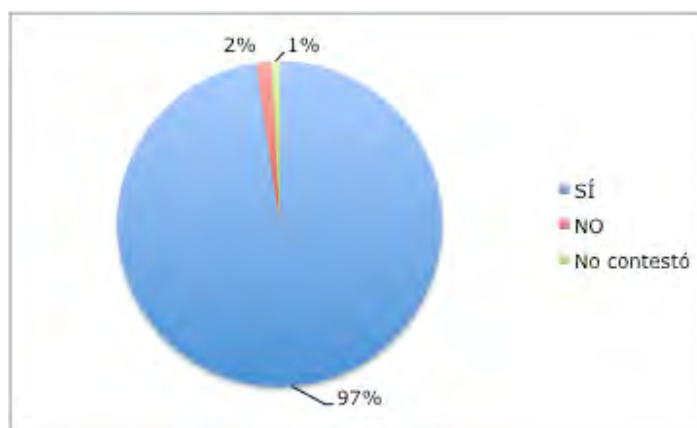
SÍ	380	98%
NO	3	1%
NO CONTESTÓ	4	1%



Noventa y ocho por ciento está a favor de difundir la labor de los universitarios en distintos ámbitos académicos y extracurriculares, mientras que 1% está en contra y la misma cantidad no contestó la pregunta.

11. ¿Te gustaría que el canal tuviera un programa dedicado a las diversas actividades e información de interés que surja en las FES, CU, escuelas e institutos de la UNAM?

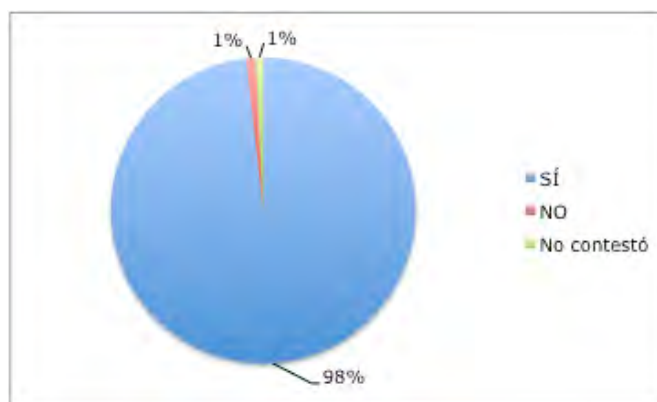
SÍ	378	97%
NO	6	2%
NO CONTESTÓ	3	1%



A 97% de la población encuestada le gustaría ver algún contenido sobre las actividades e información de interés en los diferentes planteles e institutos de la UNAM; a 2% no le gustaría y de 1% no sabemos su respuesta dado que no contestó.

12. ¿Te gustaría que ofreciera información útil para los estudiantes, por ejemplo dónde puedes realizar el servicio social, prácticas profesionales, estadías en el extranjero, actividades extracurriculares, etc.?

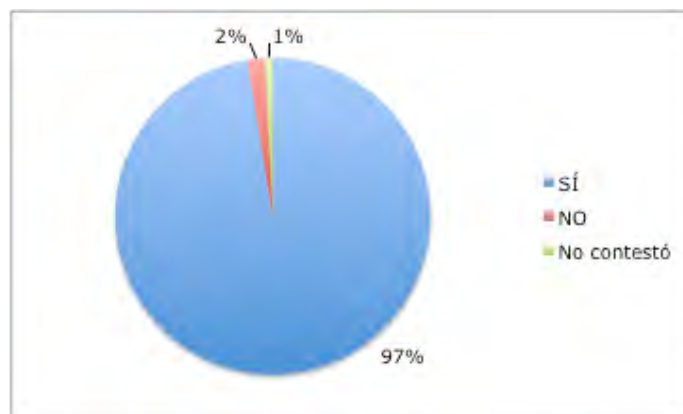
SÍ	380	98%
NO	4	1%
NO CONTESTÓ	3	1%



Noventa y ocho por ciento de los universitarios encuestados está de acuerdo en que haya un programa que ofrezca información útil al estudiantado, el resto (1%) no está de acuerdo y la misma cantidad no contestó.

13. ¿Verías un programa con esas características?

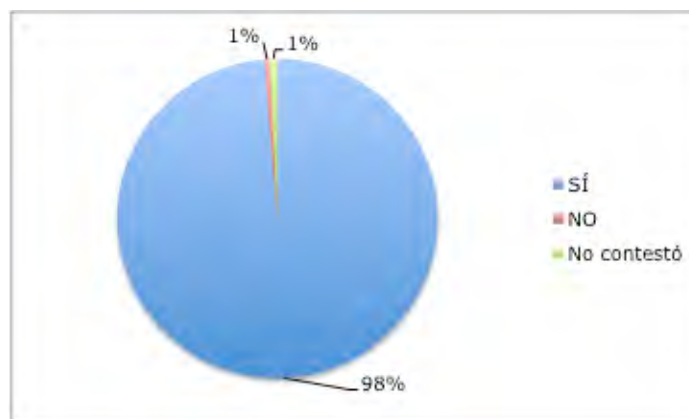
SÍ	377	97%
NO	7	2%
NO CONTESTÓ	3	1%



Casi 100% de los encuestados afirma que vería un programa con las características mencionadas en preguntas anteriores, aunque 2% dice que no lo vería y 1% no opina.

14. ¿Consideras que el canal debería pasar por tv abierta?

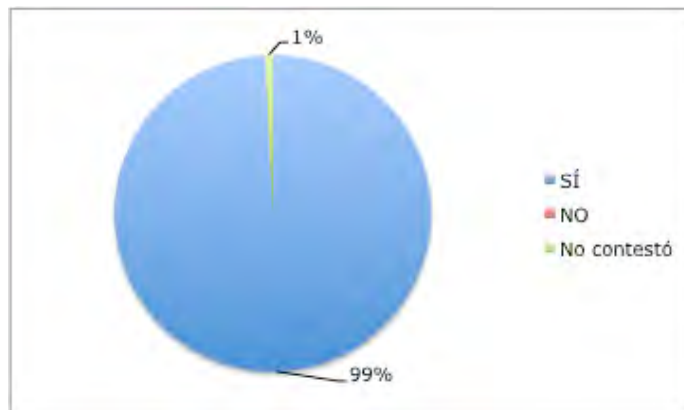
SÍ	382	98%
NO	2	1%
NO CONTESTÓ	3	1%



Casi 100% de los universitarios está de acuerdo en que el canal debería pasar por televisión abierta, solamente el 1% está en desacuerdo y 1% restante reserva su opinión al no contestar.

**15. Si tu respuesta es si,
¿Verías el canal?**

SÍ	382	99%
NO	0	0%
NO CONTESTÓ	3	1%



De igual forma, casi 100% de los universitarios encuestados (99%) vería el canal y 1% no contestó.

INTERPRETACIÓN DE DATOS Y CONJUGACIÓN DE PREGUNTAS

La edad de los encuestados oscila principalmente entre los 18 y 22 años, correspondiente a 70%, esta edad es el periodo en el que normalmente se está inscrito en la universidad y se concluye una licenciatura en la UNAM.

Del total, 45% de los encuestados pertenece a algún semestre del 1 al 4, ésto puede explicarse debido a que en los primeros semestres la mayoría de las personas asiste continuamente a clases y son quienes presentan más trabajos finales. Así mismo, entre los encuestados predominan las mujeres con 58%, es decir, 277 personas.

En tanto, las carreras más frecuentes pertenecen al área biológica y de la salud, ésto también puede explicarse debido a que dos planteles de la UNAM (Iztacala y Zaragoza) se dedican exclusivamente a esa área, mientras que en CU la población médica toma como principal medio de transporte el metro Copilco, donde fue aplicada parte de la encuesta.

En la pregunta uno tenemos que 55% no ha visto el Canal Cultural de los Universitarios y 49% dice haberlo visto o ser televidente. Sin embargo, es necesario precisar que parte de la población no distingue entre los conceptos programa y canal, la aclaración surgió porque varias personas preguntaron si el Canal Cultural de los Universitarios era alguno de los programas de la barra *Edusat* en el canal 22.

Por esa situación consideramos que un porcentaje de los encuestados contestaron bajo la siguiente idea: confundieron el canal con algún programa que se transmite por los canales abiertos como el 22, donde la barra *Edusat* transmite continuamente programas de TV UNAM u otros producidos por universidades públicas o el ILCE, como es el caso de *Sepa Inglés*, una de las respuestas a la pregunta cuatro.

De las 175 personas que ven o han visto el canal, 51% lo hace a través de la señal de Cablevisión, 28% por SKY y 19% por otro sistema de paga, lo más importante de estos resultados es el último dato, pues un número significativo tiene contratado otro sistema de cable donde se transmite la señal. Éste es un punto que TV UNAM puede trabajar para llegar a más universitarios a un costo más bajo.

Sesenta y tres por ciento de estos universitarios considera medianamente interesante la programación y 27% muy interesante; en cuanto a los programas que han visto 33% no recuerda o no contestó y 28% dice haber visto alguno relacionado con música; de ese porcentaje casi la mitad (48%) reconoce el programa de la *OFUNAM* (Orquesta Filarmónica de la Universidad Nacional Autónoma de México), en menor cantidad se encuentran *Sepa cómputo* y *Vías alternas*.

En este punto es importante mencionar las respuestas de las personas, pues muchas contestaron con el nombre de programas pertenecientes al canal 22 o al 34, problema relacionado a la confusión existente entre dichos canales y el Canal de los Universitarios. Algunos programas son *La dichosa palabra*, *Bitácora mexicana* o *La Brújula* el primero de canal 22 y los siguientes del canal 34.

Ahora, 55% (212 personas) no ha visto el canal. De ese porcentaje 63% dice no haberlo hecho por la falta de un sistema de cable, mientras 33% tiene un sistema de paga, pero no sabe cuál es el canal, lo que demuestra la poca o deficiente difusión que existe en los campus universitarios.

Los datos de la pregunta seis indican que 49% de los encuestados ha visto programas de TV UNAM por televisión abierta y 51% no lo ha hecho. De igual forma podemos saber qué tipo de programas y cuales han visto; en la pregunta siete 27% declara haber visto alguno relacionado con música, 17% culturales y 12% sobre ciencia y tecnología así como documentales. El programa más reconocido fue el de la OFUNAM con 47% y *Sepa computo y Vías alternas* con 19% respectivamente.

Con respecto a los gustos e intereses de la población universitaria, la pregunta ocho nos dice que a los estudiantes les gustaría ver más información sobre la UNAM con temas relativos a servicios, actividades, asesorías y sus carreras, mención con el 19%; seguida de cultura con 16%, ciencia y tecnología con 12%, música y documentales con 10% respectivamente. Menor mención tuvieron los informativos, educativos y cine con cinco y tres por ciento.

Realmente muy pocas personas están conformes con la programación y contenidos, aunque sugieren que debería haber programas más actuales y con mejor audio. Cinco por ciento, es decir 23 personas, no saben o no proponen algún contenido. En tanto, a 13% le gustaría ver contenidos deportivos y de salud. Además, sugieren que TV UNAM tenga mejor difusión, pues muchos no se enteran de su existencia y programación.

En los resultados y gráficas de la pregunta ocho la población universitaria está a favor de contenidos que propicien la difusión de las actividades de la UNAM (culturales y de investigación), las actividades académicas y extracurriculares de los alumnos, así como la difusión de información útil para su desarrollo académico y profesional lo que se apoya con

los resultados de las preguntas 9, 10, 11, 12 y 13. Además, casi todos están de acuerdo en que el canal tenga una señal abierta.

Cabe mencionar que mientras se aplicaba la encuesta, varias personas destacaron la importancia de la existencia de contenidos de éste tipo, pues dicen que muchas veces no se enteran de las formas de titulación, asesoría legal, servicios o becas. Estos comentarios los hicieron personas inscritas en alguna FES o escuela, quienes están de acuerdo en que a sus planteles no se les da mucha difusión.

Como hemos visto los universitarios están de acuerdo en difundir el acontecer de la Universidad en sus diversas áreas, pero sobretodo de sus planteles. Éste es un punto tomado muy en cuenta en los contenidos del programa *Interconexión* pues sabemos, como los alumnos de las FES y escuelas, que esos centros no tienen un espacio televisivo que los tome en cuenta.

Al cuestionar al Lic. Jorge Linares sobre el punto anterior la razón que proporcionó fue la falta de recursos económicos y diferencias con el sindicato de la UNAM. La primera, dijo, limita de sobremanera las actividades de la dependencias pues al cubrir todas las actividades universitarias sería una labor compleja que implica inversión económica y a su vez de mano de obra, punto donde el sindicato tendría que abrir plazas o pagar por honorarios. Cualquiera de las dos opciones no representan una oportunidad precisamente por los recursos.

Consideró que sí es necesario difundir más actividades de la UNAM, sin embargo dijo que el programa *Inventario*, *Navegantes de las islas* y las tres cápsulas de cartelera cumplen esa función, pero recordemos que el primero se dedica a difundir actividades de la dependencia a la cual está adscrita TV UNAM (Difusión Cultural), el segundo programa dura quince minutos y se dedica en mayor parte a difundir actividades de alumnos de arquitectura o artes plásticas; finalmente las capsulas tienen tres impactos diarios, duran aproximadamente tres minutos y no tienen un horario fijo.

Contrario a las autoridades, algunas personas de la dependencia consideran que hace falta interés por parte de los directivos de la televisora para producir más programas propios e incluir a la UNAM y sus estudiantes en ellos ya que, motivos como intereses personales y quedar bien con terceras personas están de por medio. Ellos, creen que es necesario un cambio de pensamiento desde las altas esferas para que exista una televisión universitaria más sólida y cumpla con su función al interior de la Universidad.

De ahí que se considere conveniente la producción de un programa informativo que vaya más allá de temas culturales y del campus mayor, es decir, que nos informe a la comunidad qué está pasando en las instalaciones de la UNAM dentro de la Ciudad de México, zona conurbada y el interior de la república.

CAPÍTULO 3

DISEÑO DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA *INTERCONEXIÓN*

3.1. PREPRODUCCIÓN

Nombre del programa: *Interconexión*

Este nombre se eligió porque informar a los estudiantes sobre las actividades relevantes que se realizan en los diversos campus de la UNAM es la base para hacer una conexión entre y con los estudiantes y los planteles de la UNAM. De manera que la información en cada campus no quede circunscrita solamente al plantel donde se origina, por el contrario, es necesario crear un intercambio de información con todos los campus que permita a los estudiantes asistir a los eventos e informarse de lo que sucede fuera de sus escuelas o facultades.

Como resultado el programa funcionará en una sola unidad con la interconexión de todos los campus e institutos pertenecientes a la UNAM.

Objetivo:

Diseñar la producción de un programa *magazine* que difunda las actividades académicas de los universitarios, eventos, servicios, información útil y avances científicos de la UNAM en sus diferentes planteles e institutos.

Objetivos particulares:

- Abrir un vínculo mediático con los distintos planteles (de licenciatura) para fortalecer la relación entre los universitarios y con la televisión universitaria.

- Acortar el distanciamiento cultural existente entre universitarios y brindar la oportunidad de conocer más sobre los planteles e institutos diferentes a sus respectivos planteles.
- Divulgar la ciencia y tecnología en la UNAM.
- Promover el desarrollo académico y brindar un apoyo mediático a los universitarios para expresar sus logros, oportunidades y actividades académicas.

Sinopsis:

El programa pretende difundir las actividades y eventos relevantes que se den cita en los diversos planteles a nivel licenciatura de la UNAM, así como las investigaciones en ciencia y tecnología más importantes que se hayan realizado en alguno de los institutos dentro o fuera de la Ciudad de México. En caso de que éstos se encuentren en el interior de la república (foráneos), la tecnología ayudará a resolver el problema de distancia por medio de Internet.

Por otro lado, difundirá las actividades académicas y extracurriculares dirigidas a alumnos y al público en general pues sabemos que los universitarios participan en estas actividades, ganan premios, van a estudiar al extranjero o simplemente hacen presentaciones en sus escuelas u otros lugares. Por eso creemos necesario abrirles un espacio mediático para difundir esas actividades que en ocasiones sólo tienen cabida en la *Gaceta UNAM*.

Además, el programa dará asesorías académicas para ofrecer información útil en cuanto a formas de titulación en las diferentes carreras, becas, estadías en el extranjero, bibliotecas, institutos, servicios médicos, oportunidades de servicio social, prácticas profesionales, asesorías legales y procedimientos burocráticos. Quienes estén a punto de salir podrán obtener consejos para desarrollar habilidades o buscar trabajo.

El programa iniciará con la conductora principal a cuadro, se presentará y dará la bienvenida desde el lugar de grabación. Ella desarrollará la información general del programa y a lo largo del mismo dará paso a las diferentes secciones según el día y de acuerdo a la información que se incluya mediante un comentario, una imagen o un tema para ligar la información. Éstas secciones proporcionaran datos diferentes y tendrán como titular a un colaborador distinto.

Justificación:

Actualmente, la programación de la televisión universitaria satisface los gustos del público joven al que va dirigido con temáticas de interés general y formatos distintos. Su programación se basa en seis áreas fundamentales:

1. Arte
2. Ciencia y Tecnología
3. Cine
4. Música
5. Pensamiento, noticias y opinión
6. Sociedad

Sin embargo, al hacer un desglose de la misma no se encontró alguno dedicado a los jóvenes universitarios estudiantes inscritos a nivel licenciatura que difundiera la información de interés en los distintos campus de la UNAM y sus institutos, así como servicios y asesorías que ofrece la institución para los universitarios.

En la encuesta realizada en los distintos planteles de la UNAM los universitarios están a favor de difundir las actividades, servicios e información de interés que surja en sus planteles e institutos. Además, piden que haya información de sus carreras y asesorías que los ayuden en formación académica y procedimientos.

Recordemos que entre los objetivos de TV UNAM se encuentran la vinculación entre los universitarios y el desarrollo de los mismos, así como “Ser foro de las expresiones universitarias y fomentar el enlace de TV UNAM con la comunidad universitaria, así como con sus facultades, escuelas y centros de investigación.”⁴¹

Actualmente, no existe un programa dedicado a los jóvenes estudiantes de licenciatura que les ofrezca información sobre la Universidad. Es por eso que consideramos que la población se encuentra desinformada, por parte de televisión universitaria, de varias oportunidades, actividades y eventos que ofrece la UNAM y sus respectivas escuelas.

Cabe destacar que el programa *Inventario* es un informativo cultural que difunde las actividades y eventos culturales más importantes semana a semana. Sin embargo, en la UNAM no sólo hay eventos culturales también existen otro tipo de actividades y eventos relevantes (como los deportivos, talleres y cursos), investigaciones, personas y expresiones que necesitan un espacio televisivo para su difusión.

Por lo anterior, un programa que englobe dichas características promovería la vinculación y el desarrollo de los universitarios y fomentaría su enlace con la televisora pues ésta buscaría a los universitarios para invitarlos a participar en los contenidos del programa y estaría preocupada por ofrecerles información útil para su desarrollo.

Audiencia:

El programa está dirigido a mujeres y hombres estudiantes de la población universitaria de entre 18 y 25 años inscritos a nivel licenciatura, que cuenten con un sistema de cable en su hogar e interés en la información relevante que surja en la UNAM.

⁴¹ TV UNAM [en línea]. *Op. cit.*

De forma indirecta al público en general particularmente a los hombres y mujeres mayores de 35 años con interés en los eventos culturales y científicos de la UNAM pertenecientes a los niveles A/B, C+ y C ya que, a juzgar por la nueva regla 10x6 de clasificación de medición de niveles socioeconómicos de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública (AMAI),⁴² éstos niveles cuentan con algún sistema de cable en su domicilio, poseen más de un aparato televisor, al menos una computadora, piso diferente de tierra o cemento, regadera, estufa, entre 6 y 15 focos o más y con instrucción de preparatoria del jefe de familia.

Por otro lado, las personas mayores a 35 años pertenecientes a los niveles A/B y C tienen una vida económica más estable y son quienes tienen más posibilidades económicas de pagar por algún evento en la UNAM.

Duración: 30 min.

Se eligió media hora debido a que los informativos noticiosos que maneja la televisión universitaria no sobrepasan los 30 minutos (*Inventario, ¿Cómo ves?* y *CNI Noticias*). Posteriormente, estaría a consideración de la producción y los administrativos correspondientes, aumentar su duración a una hora de acuerdo a la aceptación que tenga entre el público y las posibilidades de financiamiento.

Horario: 20:00 a 20:30 hrs con repetición al día siguiente de 11:00 a 11:30 hrs

El horario nocturno se eligió porque de acuerdo a nuestra experiencia a esa hora muchos estudiantes del turno matutino se encuentran en sus casas, terminaron sus estudios, quizá cenaron y se dedican a navegar por Internet o mirar televisión, precisamente éste último punto es el que nos interesa para proporcionarle al televidente una opción noticiosa dedicada a su entorno universitario. El horario de repetición del día siguiente estará dirigido a la

⁴² Nuevo índice de nivel socioeconómico de la AMAI 2008 [en línea]. México. AMAI. www.amai.org/congreso/2008/memorias/ponencias/lopezromo.pdf [Consultada: 21 ene. 2010]

audiencia de alumnos del turno vespertino de la Universidad quienes en las mañanas a esa hora probablemente levantan, comienzan a desayunar y se preparan para dirigirse a la escuela, por lo cual pueden escuchar o ver el programa mientras realizan alguna de esas actividades.

Sin embargo, debido a que *Interconexión* es un proyecto, la televisora sería la idónea para decidir el mejor horario de acuerdo a la barra de programación.

Género: informativo *magazine*

La flexibilidad y la estructura del *magazine* permiten manejar diversos contenidos. Es un programa donde se conjugan información periodística, opinión y entretenimiento para conformar una unidad coherente.

El gran objetivo de todo magazine es ofrecer bajo el manto de la unidad de mayor variedad posible de temas, de voces y de situaciones. Una unidad que se concrete en una estructura de contenidos suficientemente clara para que sea reconocido rápidamente por la audiencia y lo siga con facilidad día tras día.⁴³

Su estructura se basa en el manejo equilibrado de diversos temas en bloques y secciones. Tal capacidad radica en su flexibilidad, característica que permite incluir contenidos nuevos, actuales y atractivos para ser diferente en cada ocasión o periodo.

El hecho de adecuar constantemente su estructura no quiere decir que los componentes fijos desaparezcan, al contrario, debe incluir nuevos bloques, reportajes, notas y lo necesario para renovarse cada cierto tiempo.

Para dar coherencia a la unidad se pueden utilizar cortinillas que den paso a las diferentes secciones o contenidos y/o la habilidad del guionista o presentador para hilar un

⁴³ Mariano Cebrián. *Información radiofónica, mediación, técnica, tratamiento y programación*, pág. 481.

tema con otro de manera que exista una conexión visual, musical o de lenguaje entre contenidos que pudieran no tenerlo.

La estructura de este tipo de programas es como sigue:

1. ENTRADA
2. CABEZA
3. BLOQUES Y SECCIONES
4. DESPEDIDA
5. SALIDA

Posee gran libertad para establecer y abordar los contenidos. El lenguaje del presentador es a un nivel más coloquial para establecer un diálogo desenfadado entre el presentador, invitados, responsables de cada sección y el público. Utiliza todos los géneros, inclusive puede usar dramatizaciones.

Los contenidos pueden ser de alto o bajo valor noticioso cuyo fin radica en informar al espectador de lo más importante que haya ocurrido en la semana, pero sobretodo enterarlo de aquellos acontecimientos menores que también son parte del acontecer diario universitario de todos los planteles de la UNAM.

Frecuencia: Miércoles y jueves.

Se sugieren los días miércoles y jueves porque a mitad de semana ya se ha dado tiempo para que los eventos se lleven a cabo, además con ambos días se podría comenzar un hábito entre la audiencia para ver los programas noticiosos que produce TV UNAM. Sin embargo, de realizarse la producción del programa la televisora elegiría el horario más conveniente de acuerdo a las necesidades y las posibilidades en la barra de programación.

Creemos conveniente que dos días por semana es una frecuencia adecuada como inicio de la transmisión, posteriormente aumentaría a tres en caso de ser aceptado entre la audiencia o tener mejor presupuesto ya que, la literatura recomienda no producir un programa *magazine* diario para no caer en la monotonía por falta de creatividad en las secciones, información, invitados, etc. Por otro lado, es necesario estar presente en la programación lo más constante posible para consolidar el programa y acostumbrar al televidente a un horario.

Grabado / en vivo: grabado en locación.

La realización del género se hace en directo, sin embargo, para los fines que perseguimos y debido a las posibilidades de la televisión universitaria, que cuenta con una unidad móvil que se utiliza como cabina de los estudios de grabación, lo más conveniente es que el programa *Interconexión* sea grabado.

Al realizarlo grabado se propicia una interacción más cercana con los estudiantes pues están en contacto con la producción y los conductores al ver cómo se graba y realiza el programa. Además, los estudiantes participarían al ser parte de las imágenes del programa y en el espacio musical donde participarían activamente como público.

Por otro lado, al ser grabado se obtiene mejor control sobre las tomas, diálogos y situaciones que puedan presentarse en el lugar.

3.2. SECCIONES

Las secciones fijas que se manejarán en el programa son:

- *La lupa* (ciencia y tecnología): difundirá la información más importante de ciencia y tecnología que se desarrolla en la Universidad mediante reportajes, entrevistas, notas informativas y crónicas de acontecimientos que influyan en la vida cotidiana de la sociedad y el mundo científico. Frecuencia semanal cada miércoles.

- *Cartelera UNAM*: esta sección estará dedicada a difundir la cartelera de eventos culturales y actividades en las FES y Escuelas, centros culturales, museos, etc. Frecuencia semanal los jueves.
- *Tip* (información útil): se difundirán los beneficios de salud, legales, económicos, de seguridad, etc. que tiene la UNAM para los estudiantes. Además, se ofrecerá información útil sobre servicio social, prácticas profesionales, idiomas, estadías, etc. Frecuencia semanal miércoles.
- *El toquin*: los grupos musicales que surjan de las filas de las diferentes escuelas y facultades de la UNAM o aquellos externos que busquen un lugar en televisión tendrán la oportunidad de hacerlo en este espacio, ya sea con propuestas nuevas o ya probadas. La gente podrá mandar su solicitud; la producción evaluará y elegirá un grupo para presentarse en el lugar de grabación. Ahí los estudiantes participarán como audiencia del grupo. Frecuencia semanal los jueves.

3.3. PRESENTADORES

Principal: Mujer de aspecto universitario de 25 años originaria del D.F., estatura y complexión media, tez clara, cabello lacio castaño oscuro al hombro, vestimenta casual, lentes cuadrados de armazón negro, tenis *convers* negros, maquillaje natural. Buen lenguaje corporal, con buena gesticulación y dicción, que se exprese con conocimiento de los temas a tratar para dar credibilidad y ser convincente, con facilidad para cambiar de actitud (de ser necesario), en cada salto de tema. Ser cordial y respetuosa con los invitados al no imponer su opinión o crítica.

Sección *La Lupa*: Mujer de 23 años, complexión delgada, tez clara, cabello largo quebrado tono castaño claro, estatura media, vestimenta casual. Debe hablar con conocimiento de los temas, estar informada acerca de las actividades de las cuales habla con el fin de ser

convinciente. Ser expresiva con las manos y tener buena gesticulación, sonriente, intuitiva y con facilidad de explicación.

Sección *Cartelera UNAM*: mujer de 25 años, complexión media, maquillaje discreto, cabello corto oscuro, vestimenta formal juvenil. Segura de sí misma a cuadro, facilidad al hablar, discreta en sus expresiones corporales, actitud relajada, puntual para dar explicaciones cortas y sencillas de los acontecimientos que se tratan en la sección, ser precisa en datos y preguntas para las entrevistas que se realicen.

Sección *TIP*: hombre de 23 años, complexión media, vestimenta muy casual con tenis tipo *Vans*, cabello rapado. Debe tener muy buena expresión corporal, gesticulación y dicción, cordialidad y seguridad al hablar, preciso para explicar direcciones y procedimientos. Tiene que ser amable para interactuar con los entrevistados en la sección.

3.4. LOCACIONES

Las locaciones para este proyecto serán las instalaciones de los diferentes planteles e institutos de la UNAM.

El programa piloto se realizará en las instalaciones de la FES Aragón, el cual se eligió por:

1. Ser uno de los planteles en los que se cursa la licenciatura en Comunicación fuera de Ciudad Universitaria, siendo uno de los fines primordiales de este programa tomar en cuenta a esos planteles para difundir la información que en ellos surja y dar a conocer los diferentes lugares donde está presente la comunidad universitaria.
2. Según datos de Jorge Linares, Director de Planeación y Organización de TV UNAM, es precisamente de ese plantel de donde se reciben más solicitudes para hacer servicio social o prácticas profesionales en cuanto a la carrera de comunicación, por lo tanto

creemos conveniente hacerlo desde ahí como una forma de distinción por la importancia que se le da a la televisión universitaria.

Un punto importante de grabar en locaciones es el hecho de dar a conocer las instalaciones de cada plantel y como se dijo anteriormente: establecer un vínculo con la comunidad universitaria de cada escuela y facultad. De esta manera se toman en cuenta no solo la información que se genera en cada plantel sino también a la comunidad al ver su vida diaria dentro de su escuela.

3.5. NECESIDADES DE PRODUCCIÓN

3.5.1. Recursos humanos

Jefe de información: Es la persona que se encargará de coordinar las actividades diarias de los reporteros y reunir la información que surja en el acontecer diario de la Universidad. Discrimina información y da prioridad a los eventos o información relevante de acuerdo a las necesidades de la televisora. Es el encargado de hacer una bitácora diaria con la información de cada reportero y que esté disponible para las diversas producciones.

Productor: Es la persona encargada de coordinar y supervisar las actividades en tiempo y forma en la producción de un programa; controla los gastos, elabora planes de trabajo y escoge al personal calificado para ocupar los puestos necesarios en la producción. Es el responsable y quien da la cara del equipo de trabajo, está encargado de resolver cualquier problema y prever imprevistos.

Realizador: Participa en varias áreas, sin embargo en el caso de *Interconexión* llevará a cabo la ejecución del programa en campo.

Asistente de producción: Apoya a la producción en todo momento, está al pendiente de hacer llamados, coordinar entrevistas, colaboradores, hacer las compras necesarias, verificar que los materiales necesarios estén listos, asistir en problemas imprevistos y ayudar a prever los mismos.

Reporteros: Son la parte medular del programa porque se encargan de investigar, preparar y hacer la locución de las notas y reportajes que se presentan en cada programa.

Redactor: Se encarga de armar las líneas de los conductores, dar paso a cada uno en sus diferentes secciones y dar continuidad a temas que se organizaron para el día en un orden establecido en una junta previa con el productor.

Conductores: Son la imagen del programa, por eso es necesario encontrar a los conductores adecuados pues de ellos dependerá mucho que los universitarios se identifiquen o no con el programa. Algunos puntos importantes de un buen conductor son: estar informado del tema a tratar, tener buena dicción, presencia y seguridad en sí mismo.

Postproductor: Su tarea es armar el producto final con apoyo del productor, realizador o reportero. Utiliza algún programa de edición no lineal para dar orden al programa e incluir títulos, efectos, mejorar la imagen o el audio, etc. Su ayuda es esencial para llevar a cabo la parte final de la producción, sin ella todo el trabajo sería en vano pues el programa no podría presentarse ni transmitirse de manera secuencial y congruente.

Camarógrafos: Se encargan de la parte visual del programa. Deben conocer perfectamente la cámara y planos visuales. Cuando un programa se realiza grabado, siguen todas las indicaciones del productor en el *breakdown* y el guión técnico para realizar las tomas.

Operador de cabina de audio: Su trabajo es manejar los controles de las cabinas de audio para hacer la grabación de los fríos del programa.

Musicalizador: Realiza la parte sonora del programa. En este caso será encargado de elaborar la rúbrica de entrada, salida del programa, cortinillas y entrada de cada sección.

Maquillista: Mantendrá la apariencia fresca y juvenil en el rostro de los conductores en las diferentes locaciones.

Operador de transporte: Tiene la tarea de manejar la unidad en la que se desplace el equipo de producción a la locación o cualquier persona o material que sea necesario al punto donde se desarrolle la grabación.

3.5.2. Recursos materiales

Viáticos

Gasolina

Cassettes

Imprevistos

3.5.3. Recursos técnicos (equipo y servicios)

Cámaras

Cabina de audio

Locaciones

Equipo de edición

Micrófonos *lavalier*

3.6. Guión literario piloto

- PRESENTADORA A CUADRO** ¡Hola a todos! Bienvenidos a la Interconexión de hoy. Estamos en la Facultad de Estudios Superiores Aragón y desde aquí saludamos particularmente a la nueva generación 2010 de todos los planteles de la UNAM. Veamos en la siguiente nota que dicen los chavos de este comienzo...*NOTA 1. Bienvenida Generación 2010.*
- PRESENTADORA A CUADRO** La FES Aragón es una facultad muy completa. Cuenta con Centro de Idiomas, campos deportivos, una unidad de atención odontológica para la comunidad interna y externa. Además, es sede varias actividades y eventos académicos y culturales. Atrás de mí están Las Torres, una escultura de Mathias Goeritz, el mismo autor de Las Torres de Satélite. Los invito a ver un video sobre este plantel...*VIDEO PRESENTACIÓN FESA.*
- PRESENTADORA A CUADRO** Aquí en la FES, se llevará a cabo la Feria de útiles escolares los días 11, 12 y 13 de agosto. Podrás encontrar la papelería que necesitas a precios más accesibles, pero si lo que necesitas es una compu nueva asiste a la Feria de cómputo en CU. Chequen la siguiente información. *NOTA 3. Feria de útiles escolares y cómputo UNAM 2009.*
- PRESENTADORA A CUADRO** En septiembre también se llevará a cabo Feria del Empleo de la UNAM. Si no quieres hacer fila, inscríbete en el sitio que aparece aquí abajo. También les cuento que la empresa Pricewaterhousecoopers fue a la FES Cuautitlán, donde realizó un reclutamiento de estudiantes de contaduría y administración. *NOTA 4. Price Waterhouse Coopers en la FESC.*
- PRESENTADORA A CUADRO** Los estudiantes e investigadores no son los únicos que participan en la vida científica de la Universidad muchas empresas también lo hacen, entre ellas están las farmacéuticas quienes aportan un capital importante en las investigaciones. *NOTA 5. Convenio entre Medix y FEZ.*
- PRESENTADORA A CUADRO** Los institutos y centros multidisciplinarios proporcionan mucha información acerca de nuevos desarrollos tecnológicos o descubrimientos. ¿Sabías que existen extensiones foráneas donde se lleva a cabo todo esto? Examinemos qué hay bajo la lupa.
- PRESENTADORA SECCIÓN LA** Hola chavos, ¿Cómo les va? Me encuentro en el Centro Tecnológico de la FES que trata de vincular a los estudiantes con el sector público

LUPA A CUADRO	y privado. Las áreas que se desarrollan son: diagnóstico energético, ingeniería computacional, ambiental y de materiales. Pero...¿Qué pasa en esas extensiones foráneas?... <i>NOTA 6. TV 3D en Juriquilla.</i>
PRESENTADORA SECCIÓN LA LUPA A CUADRO	De Querétaro nos vamos hasta el Museo de Historia Natural en New York, donde universitarios exhiben su proyecto realizado en las instalaciones del Centro de Radioastronomía y Astrofísica, cuyos resultados nos dicen más acerca del universo en el que vivimos. <i>NOTA 7. Presentan simulaciones en NY.</i>
PRESENTADORA SECCIÓN LA LUPA A CUADRO	Ahora visitaremos la Península de Yucatán porque ahí se desarrolla la que podría convertirse en la primera granja de cultivo de pulpo maya; único en su tipo originario de México y que se exporta a nivel internacional, sobre todo a Estados Unidos y Europa... <i>NOTA 8. Primer cultivo de pulpo mexicano.</i>
PRESENTADORA SECCIÓN LA LUPA A CUADRO	Esto es todo bajo la lupa. ¡Nos vemos pronto!
PRESENTADORA A CUADRO	Sabemos que nuestro país posee uno de los ecosistemas más importantes a nivel mundial. En nuestros litorales existe una gran variedad de especies en flora y fauna aún poco conocidas. Por eso académicos se dieron a la siguiente tarea... <i>NOTA 9. Catálogo de macroalgas.</i>
PRESENTADORA A CUADRO	El número de personas invidentes en la universidad es muy reducido, pero esto no significa que no puedan tener las mismas oportunidades que los demás... <i>NOTA 10. Biblioteca para invidentes.</i>
PRESENTADORA A CUADRO	Ahora vayamos a los tips de nuestra siguiente sección.
PRESENTADOR SECCIÓN TIP A CUADRO	En este espacio te daremos información sobre los distintos servicios que ofrece la UNAM e información útil que podrás usar para tu desarrollo profesional. Veamos que tips tenemos hoy... <i>NOTAS 11,12,13,14.</i>
PRESENTADORA A CUADRO	Como universitario puedes participar en un sinnúmero de actividades y concursos. Si a ti te gusta la fotografía deportiva entérate que la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas realiza un concurso cada año... <i>NOTA 15. III Concurso de fotografía deportiva.</i>

- PRESENTADORA
A CUADRO** A muchas personas no nos gustan los números, pero quienes saben manejarlos bien obtienen grandes resultados, sobre todo cuando se enfrentan a los mejores en esa área...*ENTREVISTA CON GANADORAS DEL MARATÓN DE ADMINISTRACIÓN.*
- PRESENTADORA
A CUADRO** Estamos a punto de finalizar nuestro programa, pero antes veamos que otra información tenemos...*NOTA 16. Montañismo en la UNAM.*
- PRESENTADORA
A CUADRO** Para despedirnos vamos con un grupo musical nacido en las instalaciones de la FESA.
- PRESENTADORA
SECCIÓN LA
LUPA
A CUADRO** Menciona algún dato sobre la banda.
- PRESENTADOR
SECCIÓN TIP
A CUADRO** Menciona algún dato sobre los integrantes del grupo.
- PRESENTADORES
A CUADRO** Despedida en conjunto.

3.7. Guión técnico piloto

BLOQUE	VIDEO	AUDIO	T.P.	T.T.
1	FADE IN ENTRADA DEL PROGRAMA		30"	30"
	LONG SHOT / CAMINATA CON STEADY EN TIEMPO REAL CRUZANDO LA CALLE EN LA ENTRADA PRINCIPAL DE LA FES	SONIDO AMBIENTE	2"	2.30"
	CÁMARA RÁPIDA UNA VEZ ENTRANDO EN LA FES PASANDO POR EL PASILLO CENTRAL HASTA LAS TORRES	FX RÁFAGA PROLONGADA CD 1 track 3	5"	2.35"
	TERMINA EN AS A PRESENTADORA PARADA A UN LADO DE LAS TORRES CON EDIFICIO A3 AL FONDO. SÚPER DE IDENTIFICACIÓN CON NOMBRE DE PRESENTADORA.	CD 1 track 3 y fondea (ENÉRGICA) ¡Hola a todos! Bienvenidos a la interconexión de hoy. Estamos en la Facultad de Estudios Superiores Aragón y desde aquí saludamos particularmente a la nueva generación 2010 de todos los planteles de la UNAM. Veamos en la siguiente nota que dicen los chavos de este comienzo.	15"	2.50"
	NOTA 1 BIENVENIDA GENERACIÓN 2010		2.10"	5 min

<p>MS A PRESENTADORA QUIEN DA MEDIA VUELTA A LA DERECHA. SLOW ZOOM OUT MIENTRAS CAMINA Y DICE SUS LÍNEAS LA CÁMARA LA SIGUE DE FRENTE. TERMINA EN LS A LAS TORRES.</p>	<p>(JOVIAL) La FES Aragón es una facultad muy completa. Cuenta con Centro de Idiomas, campos deportivos, una unidad de atención odontológica además de ser sede de varias actividades y eventos académicos y culturales.</p> <p>Atrás de mi están Las Torres, una escultura de Mathias Goeritz, el mismo autor de Las Torres de Satélite. Los invito a ver un video sobre este plantel.</p>	<p>22"</p>	<p>5.22"</p>
<p>NOTA 2 VIDEO PRESENTACIÓN FESA</p>		<p>1.35"</p>	<p>6.57"</p>
<p>MS EN CONTRAPICADA DE PRESENTADORA EN LA ENTRADA DEL EDIFICIO DE GOBIERNO CON EL NOBRE DE LA FES ARAGON DE FONDO.</p>	<p>(AMIGABLE) Aquí en la FES, se llevará a cabo la Feria de útiles escolares los días 11, 12 y 13 de agosto. Podrás encontrar la papelería que necesitas a precios más accesibles, pero si lo que necesitas es una compu nueva ve a la Feria de cómputo en C.U. Chequen la siguiente información.</p>	<p>15"</p>	<p>7.12"</p>
<p>NOTA 3 FERIAS DE ÚTILES ESCOLARES Y CÓMPUTO</p>		<p>1 min</p>	<p>8.12"</p>
<p>MS A PRESENTADORA SENTADA EN UNA DE LAS JARDINERAS CERCANAS AL EDIFICIO DE GOBIERNO DONDE SEÑALA EL LIMITE DE LA PANTALLA DONDE APARECE EL SUPER http://bolsa.trabajo.unam.mx/feria_empleo/IXFeria SE LEVANTA Y CAMINA HACIA SU IZQUIERDA LA CÁMARA LA SIGUE DE FRENTE SE DETIENE Y ELLA PASA DE LADO.</p>	<p>En septiembre también dará inicio la Feria del Empleo de la UNAM. Si no quieres hacer fila, inscríbete en el sitio que aparece aquí abajo.</p> <p>También les cuento que la empresa Pricewaterhousecoopers, fue a la FES Cuauhtlán, donde realizó un reclutamiento de estudiantes de contaduría y administración.</p>	<p>15"</p>	<p>8.27"</p>

	NOTA 4 PRICE WATERHOUSE COOPERS EN LA FESC		1.30"	9.57"
	AS A PRESENTADORA RECORRIENDO LA UNIDAD DE ATENCIÓN ODONTOLÓGICA ENTRE LAS UNIDADES DE REVISIÓN SOBRE EL PASILLO CENTRAL.	(TONO SOBRI) Los estudiantes e investigadores no son los únicos que participan en la vida científica de la universidad muchas empresas también lo hacen, entre ellas están las farmacéuticas quienes aportan un capital importante en las investigaciones.	15"	10.12"
	NOTA 5 CONVENIO MEDIX FESA		1.50"	12.02"
	A LA ENTRADA DE LA UNIDAD EN LA PARTE DE AFUERA CON TIRO DESDE EL LADO DERECHO DE LA PUERTA FS A LA PRESENTADORA QUIEN SE DIRIGE A LA CÁMARA Y SE DETIENE HASTA MS MIENTRAS DICE SUS LINEAS. ATRÁS SE OBSERVAN UN DOCTOR Y UN ALUMNO CONVERSANDO.	Los institutos y centros multidisciplinarios proporcionan mucha información acerca de nuevos desarrollos tecnológicos o descubrimientos. (INQUISITIVA) ¿Sabías que existen extensiones foráneas donde se lleva a cabo todo esto?	10"	12.12"
	ENTRADA SECCIÓN LA LUPA		5"	12.17"
	PANEO A LA IZQUIERDA, ESCULTURA AFUERA DEL CENTRO TECNOLÓGICO EN PRIMER PLANO. PRESENTADORA HABLANDO LA CÁMARA SE DETIENE EN ELLA DETRÁS SE OBSERVA EL NOMBRE DEL CT. SUPER DE IDENTIFICACIÓN CON NOMBRE DE LA PRESENTADORA	(ENÉRGICA) Hola chavos, ¿Cómo les va? Me encuentro en el Centro Tecnológico de la FES, aquí se trata de vincular a los estudiantes con el sector público y privado. Las áreas que se desarrollan son diagnóstico energético, ingeniería computacional, ambiental y de materiales. Pero...¿Qué pasa en una de esas extensiones foráneas?	15"	2.32"
	NOTA 6 TELEVISIÓN 3D EN JURQUILLA		1.30"	13.02"

	EN EL LABORATORIO DE CÓMPUTO FS A MS CON ZOOM IN A LA PRESENTADORA SENTADA EN UN BANCO ALTO AL FRENTE EN EL LAB. DE CÓMPUTO	De Querétaro nos vamos hasta el Museo de Historia Natural en New York, donde universitarios exhiben su proyecto realizado en las instalaciones del Centro de Radioastronomía y Astrofísica, cuyos resultados nos dicen más acerca del universo en el que vivimos.	15"	13.17"
	NOTA 7 PRESENTAN SIMULACIONES ASTRONÓMICAS EN NY		2.00"	15.17"
	EN EL LAB. DE ESTUDIOS AMBIENTALES LA PRESENTADORA PASA LA MANO DERECHA POR UNA DE LAS MESAS, COMIENZA A CAMINAR DE FRENTE LA CÁMARA LE SIGUE DE PERFIL SE LOGRAN VER UNOS APARATOS AL FONDO MIENTRAS DICE SUS LÍNEAS.	Ahora visitaremos la Península de Yucatán porque ahí se desarrolla la que podría convertirse en la primera granja de cultivo de pulpo maya; único en su tipo y que se exporta a nivel internacional, sobre todo a Estados Unidos y Europa.	12"	15.29"
	NOTA 8 PRIMER CULTIVO DE PULPO MEXICANO		1.30"	17.19
	MS / ZOOM OUT A LS PICADO DESDE LA ESQUINA POSTERIOR DERECHA DEL LABORATORIO DE COMPORTAMIENTO DE MATERIALES.	Esto es todo bajo la lupa. ¡Nos vemos pronto!	5"	17.04"
	EN LA EXPLANADA DE LAS ESCULTURAS DEL LADO IZQUIERDO DE LA ESCULTURA DEL OJO CU/ SLOW ZOOM OUT A LA ESCULTURA FS DE LA PRESENTADORA. SUPER CON "EXPLANADA DE LAS ESCULTURAS"	(AMIGABLE) Sabemos que nuestro país posee uno de los ecosistemas más importantes a nivel mundial. En nuestros litorales existe una gran variedad de especies en flora y fauna aún poco conocidas. Por eso académicos se dieron a la siguiente tarea.	12"	17.16"

	<p>(AMIGABLE) Sabemos que nuestro país posee uno de los ecosistemas más importantes a nivel mundial. En nuestros litorales existe una gran variedad de especies en flora y fauna aún poco conocidas. Por eso académicos se dieron a la siguiente tarea.</p>	12"	17.16"
<p>EN LA EXPLANADA DE LAS ESCULTURAS DEL LADO IZQUIERDO DE LA ESCULTURA DEL OJO CU/ SLOW ZOOM OUT A LA ESCULTURA FS DE LA PRESENTADORA. SUPER CON "EXPLANADA DE LAS ESCULTURAS"</p>		1.10	18.16"
<p>NOTA 9 CATÁLOGO DE MACROALGAS</p>	<p>PANEO A LA DERECHA DE LAS MESAS DE LA BIBLIOTECA EN PRIMER PISO. SUPER CON NOMBRE DE LA BIBLIOTECA. EN LA MESA EN PRIMER PLANO ESTÁ LA PRESENTADORA SENTADA LEYENDO UN LIBRO JUNTO A OTRAS 3 PERSONAS. LA CÁMARA EN MS SE DETIENE EN ELLA, QUIEN VOLTEA LA CARA Y DICE SUS LÍNEAS EN TONO BAJO. CUANDO TERMINA LA CÁMARA CONTINUA CON PANEO.</p>	10"	18.26"
<p>NOTA 10 BIBLIOTECA PARA INVIDENTES.</p>		50"	19.16"
<p>EN LAS JARDINERAS CENTRALES DELA FESA LA CÁMARA SIGUE A LA PRESENTADORA DESDE EL ÁNGULO DERECHO.</p>	<p>(JOVIAL) Ahora vayamos a los tips en nuestra siguiente sección.</p>	5"	19.21"

ENTRADA DE SECCIÓN TIP			
MS / ZOOM OUT DE PRESENTADOR CAMINANDO AFUERA DEL CELE EN EL PASILLO QUE CONDUCE AL EDIFICIO. SE OBSERVA GENTE Y LA ENTRADA. SUPER DE IDENTIFICACIÓN CON EL NOMBRE DEL PRESENTADOR Y DEL LUGAR (CENTRO DE LENGUAS EXTRANJERAS – CELE)	(AMIGABLE Y JOVIAL) En este espacio te daremos información sobre los distintos servicios que ofrece la UNAM e información útil que podrás usar para tu desarrollo profesional. Veamos que tips tenemos hoy.	10"	19.31"
NOTA 11 CURSO DE IDIOMAS FESA		30"	20.01"
NOTA 12 SEGURO FACULTATIVO		30"	20.31"
NOTA 13 CURSO DE PRIMEROS AUXILIOS PSICOLÓGICOS		30"	21.01"
NOTA 14 APRENDE A NADAR EN CU		30"	21.31"
LS A PRESENTADORA PARADA ENFRENTA DE UNA PORTERÍA EN LAS CANCHAS DE FÚTBOL. CORTE A MS A PRESENTADORA. SUPER DE IDENTIFICACIÓN CON AREA DEPORTIVA	(JOVIAL) Como universitario puedes participar en un sinnúmero de actividades y concursos. Si a ti te gusta la fotografía deportiva entérate que la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas realiza un concurso cada año.	12"	21.43"
NOTA 15 III CONCURSO FOTOGRAFIA DEPORTIVA		1 min	22.43"

	LS A PRESENTADORA EN UNO DE LOS EXTREMOS DE UNA CANCHA DE BASKETBALL CON UN EQUIPO FEMENIL JUGANDO.	A muchas personas no nos gustan los números, pero quienes saben manejarlos bien obtienen grandes resultados, sobre todo cuando se enfrentan a los mejores en esa área.	10"	22.53"
	ENTREVISTA CON GANADORAS DEL MARATON DE ADMINISTRACIÓN		2 min	24.53"
	PANEO A LA IZQUIERDA EN LA CABINA DEL ESTUDIO DE TV SE INTERRUMPE EN PRESENTADORA QUIEN ESTÁ SENTADA EN UNA SILLA FRENTE A LOS CONTROLES SUPER DE IDENTIFICACIÓN CON ESTUDIOS DE TELEVISIÓN	(AMIGABLE) Estamos a punto de finalizar nuestro programa, pero antes veamos que otra información tenemos.	7"	25.00"
	NOTA 16 MONTAÑISMO EN LA UNAM		1.30"	26.00"
	LS DE TORRES CON PRESENTADORES. TRAVEL A PLANO AMERICANO DE PRESENTADORES EN LAS TORRES.	(JOVIAL) Para despedirnos tenemos a un grupo musical de cinco chavos formados en las instalaciones de la FES Aragón de nombre bunker y...	10"	16.30"
	PANEO RAPIDO A LA DERECHA A PRESENTADORA DE SECCION LUPA	(JOVIAL) Entre ellos se encuentra una mujer que nos hace vibrar con el saxofón...	7"	
	PANEO RAPIDO A LA DERECHA A PRESENTADOR DE SECCION TIP	(JOVIAL) Empezaron hace tres años y esta es la primera vez que se presentan en la FES Aragón y en un medio de comunicación	10"	
	PANEO RAPIDO A LA IZQUIERDA A PRESENTADORA PRINCIPAL	(ENTUSIASTA) Nos vemos en el siguiente programa y quédense con esta excelente música... TODOS SE DESPIDEN.	10"	
	PARTICIPACIÓN DE GRUPO MUSICAL		4 min	Aprox.
	SALIDA DEL PROGRAMA – CRÉDITOS FADE OUT		1 min	30 min

3.8. GUÍA DE CONTINUIDAD

VIDEO	AUDIO
<p>FADE IN ENTRADA DEL PROGRAMA</p>	
<p>LONG SHOT / CAMINATA CON STEADY EN TIEMPO REAL CRUZANDO LA CALLE EN LA ENTRADA PRINCIPAL DE LA FES</p> <p>CÁMARA RÁPIDA UNA VEZ ENTRANDO EN LA FES PASANDO POR EL PASILLO CENTRAL HASTA LAS TORRES</p> <p>TERMINA EN AS A PRESENTADORA PARADA A UN LADO DE LAS TORRES CON EDIFICIO A3 AL FONDO.</p> <p>SÚPER DE IDENTIFICACIÓN CON NOMBRE DE PRESENTADORA</p>	<p>SONIDO AMBIENTE</p> <p>FX RÁFAGA PROLONGADA CD 1 track 3</p> <p>PRESENTADORA da bienvenida al programa.</p>
<p>NOTA 1 BIENVENIDA GENERACIÓN 2010-1</p>	
<p>CORTE A MS A PRESENTADORA QUIEN DA MEDIA VUELTA A LA DERECHA. SLOW ZOOM OUT MIENTRAS CAMINA Y DICE SUS LÍNEAS LA CÁMARA LA SIGUE DE FRENTE. TERMINA EN LS A LAS TORRES</p>	<p>La FES Aragón es una facultad muy completa....</p>
<p>NOTA 2 VIDEO PRESENTACIÓN FESA</p>	
<p>CORTE A MS EN CONTRAPICADA DE PRESENTADORA EN LA ENTRADA DEL EDIFICIO DE GOBIERNO CON EL NOBRE DE LA FES ARAGON DE FONDO</p>	<p>Aquí en la FES, se llevará a cabo la Feria de útiles escolares los días...</p>

NOTA 3 FERIAS DE ÚTILES ESCOLARES Y CÓMPUTO	
<p>CORTE A MS A PRESENTADORA SENTADA EN UNA DE LAS JARDINERAS CERCANAS AL EDIFICIO DE GOBIERNO DONDE SEÑALA EL LIMITE DE LA PANTALLA DONDE APARECE EL SUPER</p> <p>http://bolsa.trabajo.unam.mx/feria_empleo/IXFeria/ SE LEVANTA Y CAMINA HACIA SU IZQUIERDA LA CÁMARA LA SIGUE DE FRENTE SE DETIENE Y ELLA PASA DE LADO</p>	<p>En septiembre también dará inicio la Feria del Empleo de la UNAM....</p>
NOTA 4 PRICE WATERHOUSE COOPERS EN LA FESC	
<p>CORTE A AS A PRESENTADORA RECORRIENDO LA UNIDAD DE ATENCIÓN ODONTOLÓGICA ENTRE LAS UNIDADES DE REVISIÓN SOBRE EL PASILLO CENTRAL</p>	<p>Los estudiantes e investigadores no son los únicos que participan...</p>
NOTA 5 CONVENIO MEDIX FESA	
<p>CORTE A A LA ENTRADA DE LA UNIDAD EN LA PARTE DE AFUERA CON TIRO DESDE EL LADO DERECHO DE LA PUERTA FS A LA PRESENTADORA QUIEN SE DIRIGE A LA CÁMARA Y SE DETIENE HASTA MS MIENTRAS DICE SUS LINEAS. ATRÁS SE OBSERVAN UN DOCTOR Y UN ALUMNO CONVERSANDO</p>	<p>Los institutos y centros multidisciplinarios proporcionan mucha información...</p>
ENTRADA SECCIÓN LA LUPA	

<p>CORTE A PANEÓ A LA IZQUIERDA, ESCULTURA AFUERA DEL CENTRO TECNOLÓGICO EN PRIMER PLANO. PRESENTADORA HABLANDO Y SE DETIENE EN ELLA EN FS DETRÁS SE OBSERVA EL NOMBRE DEL CT. SUPER DE IDENTIFICACIÓN CON NOMBRE DE LA PRESENTADORA</p>	<p>Hola chavos, ¿Cómo les va? Me encuentro en el Centro Tecnológico de la FES...</p>
<p>NOTA 6 TELEVISIÓN 3D EN JURQUILLA</p>	
<p>CORTE A EN EL LABORATORIO DE CÓMPUTO FS A MS CON ZOOM IN A LA PRESENTADORA SENTADA EN UN BANCO ALTO AL FRENTE EN EL LAB. DE CÓMPUTO</p>	<p>De Querétaro nos vamos hasta el Museo de Historia Natural en New York...</p>
<p>NOTA 7 PRESENTAN SIMULACIONES ASTRONÓMICAS EN NY</p>	
<p>CORTE A EN EL LAB. DE ESTUDIOS AMBIENTALES LA PRESENTADORA PASA LA MANO DERECHA POR UNA DE LAS MESAS, COMIENZA A CAMINAR DE FRENTE LA CÁMARA LE SIGUE DE PERFIL SE LOGRAN VER UNOS APARATOS AL FONDO MIENTRAS DICE SUS LÍNEAS</p>	<p>Ahora visitaremos la Península de Yucatán porque ahí se desarrolla</p>
<p>NOTA 8 PRIMER CULTIVO DE PULPO MEXICANO</p>	
<p>CORTE A MS / ZOOM OUT A LS PICADO DESDE LA ESQUINA POSTERIOR DERECHA DEL LABORATORIO DE COMPORTAMIENTO DE MATERIALES</p>	<p>Despedida de sección...</p>

<p>CORTE A EN LA EXPLANADA DE LAS ESCULTURAS DEL LADO IZQUIERDO DE LA ESCULTURA DEL OJO CU/ SLOW ZOOM OUT A LA ESCULTURA FS DE LA PRESENTADORA. SUPER CON “EXPLANADA DE LAS ESCULTURAS”</p>	<p>Sabemos que nuestro país posee uno de los ecosistemas más importantes...</p>
<p>NOTA 9 CATÁLOGO DE MACROALGAS</p>	
<p>CORTE A PANEO A LA DERECHA DE LAS MESAS DE LA BIBLIOTECA EN PRIMER PISO. SUPER CON NOMBRE DE LA BIBLIOTECA. EN LA MESA EN PRIMER PLANO ESTÁ LA PRESENTADORA SENTADA LEYENDO UN LIBRO JUNTO A OTRAS 3 PERSONAS. LA CÁMARA EN MS SE DETIENE EN ELLA, QUIEN VOLTEA LA CARA Y DICE SUS LÍNEAS EN TONO BAJO. CUANDO TERMINA LA CÁMARA CONTINUA CON PANEO</p>	<p>El número de personas invidentes en la universidad es muy reducido...</p>
<p>NOTA 10 BIBLIOTECA PARA INVIDENTES.</p>	
<p>CORTE A EN LAS JARDINERAS CENTRALES DELA FESA LA CÁMARA SIGUE A LA PRESENTADORA DESDE EL ÁNGULO DERECHO</p>	<p>Ahora vayamos a los tips en nuestra siguiente sección...</p>
<p>ENTRADA DE SECCIÓN</p>	
<p>CORTE A MS / ZOOM OUT DE PRESENTADOR CAMINANDO AFUERA DEL CELE EN EL PASILLO QUE CONDUCE AL EDIFICIO. SE OBSERVA GENTE Y LA ENTRADA. SUPER DE IDENTIFICACIÓN CON EL NOMBRE DEL</p>	<p>En este espacio te daremos información sobre los distintos servicios...</p>

PRESENTADOR Y DEL LUGAR (CENTRO DE LENGUAS EXTRANJERAS – CELE)	
NOTA 11 CURSO DE IDIOMAS FESA	
NOTA 12 SEGURO FACULTATIVO	
NOTA 13 CURSO DE PRIMEROS AUXILIOS PSICOLÓGICOS	
NOTA 14 APRENDE A NADAR EN CU	
CORTE A LS A PRESENTADORA PARADA ENFRENTA DE UNA PORTERÍA EN LAS CANCHAS DE FÚTBOL. CORTE A MS A PRESENTADORA. SUPER DE IDENTIFICACIÓN CON AREA DEPORTIVA	Como universitario puedes participar en un sinnúmero de actividades y concursos
NOTA 15 III CONCURSO FOTOGRAFÍA DEPORTIVA	
CORTE A LS A PRESENTADORA EN UNO DE LOS EXTREMOS DE UNA CANCHA DE BASKETBALL CON UN EQUIPO FEMENIL JUGANDO	A muchas personas no nos gustan los números, pero quienes saben...
CORTE A ENTREVISTA CON GANADORAS DEL MARATON DE ADMINISTRACIÓN	
CORTE A PANEAO A LA IZQUIERDA EN LA CABINA DEL ESTUDIO DE TV SE INTERRUMPE EN PRESENTADORA QUIEN ESTÁ SENTADA EN UNA SILLA FRENTE A LOS CONTROLES SUPER DE IDENTIFICACIÓN ESTUDIOS DE TELEVISIÓN	Estamos a punto de finalizar nuestro programa...

NOTA 16 MONTAÑISM EN LA UNAM	
CORTE MS DE PRESENTADORES EN LAS TORRES. LA CÁMARA ENFOCA A CADA PRESENTADOR EN SU PARTICIPACIÓN. CORTE A LONG SHOT DE TORRES CON PRESENTADORES	Cada presentador ofrece un dato sobre la banda y sus integrantes.
PARTICIPACIÓN DE GRUPO MUSICAL	
SALIDA DEL PROGRAMA – CRÉDITOS EN PARTE FINAL DE CANCIÓN FADE OUT	

3.9. Breakdown

Programa: Interconexión
 Productor: Mayra Gómez

Duración: 30 minutos
 Fecha: 8 agosto 2009
 Página 1 de 3

Escena	Locación Int. / Ext.	Hora	Descripción de escena	Talentos	Equipo técnico	Utilería, vestuario
1	Campos de fútbol	7 am	LS a presentadora parada frente a una portería en las canchas.	Presentadora principal	1 realizador 1 camarógrafo 1 asistente 1 maquillista 1 cámara 1 micrófono lavalier.	Camiseta café de manga larga, chaleco morado, pantalón de mezclilla azul claro, vans y lentes cuadrados armazón negro
2	Ext. Unidad Odontológica	7-8 am	Presentadora sale de la unidad odontológica y da paso a la siguiente nota.	Presentadora principal	“”	-----
3	Interior Unidad Od.	7-8 am	Presentadora recorre la unidad odontológica.	Presentadora principal	“”	-----
	Entrada peatonal FESA en Av. Rancho Seco	8-9 am	Caminata cruzando la calle, entrada y pasillo de la FES hasta la escultura Las Torres.	Presentadora principal	“”	-----
4	Las Torres	8-9 am	Presentadora explica las facilidades con que cuenta la FES y sobre la escultura.	Presentadora principal	“”	-----
5	Biblioteca	8-9 am	Paneo a la derecha. Presentadora habla sobre las personas invidentes.	Presentadora principal	“”	-----

6	Edificio de gobierno	9 am	Presentadora habla sobre la feria de útiles escolares.	Presentadora principal	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
7	Jardinera cercana al edificio de gobierno	9-10 am	Presentadora informa sobre la Feria del empleo de la UNAM y sobre la FESC	Presentadora principal	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
	Las Torres	9-10 am	Presentadores comentan sobre el grupo musical y se despiden.	Todos los presentadores	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
8	Jardineras centrales FESA	9-10 am	Presentadora presenta la sección TIP	Presentadora principal	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
9	Explanada de las esculturas	10 am	Presentadora al lado de la escultura del ojo habla sobre los ecosistemas.	Presentadora principal	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
10	Entrada del CELE	10-11 am	Presentador inicia la sección TIP	Presentador Sección TIP	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	Camisa azul rey y pantalón de mezclilla azul claro con zapatos estilo de montaña
11	Entrada Centro Techn.	10-11 am	Presentadora inicia sección LA LUPA	Presentadora Sección LA LUPA	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	Vestido verde hasta la rodilla con cinturón guinda y botines negros

12	LAB. DE CÓMPUTO	11-12 am	Presentadora habla sobre la exposición en Nueva York	Presentadora Sección LA LUPA	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
13	LAB. DE ESTUDIOS AMBIENTALES	11-12 am	Presentadora habla sobre el pulpo maya.	Presentadora Sección LA LUPA	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
14	LAB. DE MATERIALES	11-12 am	Presentadora despide la sección.	Presentadora Sección LA LUPA	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
15	ESTUDIOS DE TV	12 pm	Presentadora presenta la información extra.	Presentadora principal	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----
16	GINNASIO	12-1 pm	Presentadora habla sobre los números y quienes los manejan bien.	Presentadora principal	1 camarógrafo 1 asistente 1 cámara	-----

3.10. PRODUCCIÓN

La investigación para los contenidos del programa se hizo en la última semana de julio, para lo cual se investigó en la *Gaceta UNAM* y cada una de las páginas Web de las FES y Escuelas. Sin embargo, debido a que aún era periodo de vacaciones la Universidad estaba prácticamente parada, por lo tanto, se recabó la información más reciente e importante en ese momento como las ferias de cómputo, útiles y empleo.

Con respecto a los campus no fue posible encontrar mucha información por el mismo motivo. Las notas que se incluyen en son algunas de las más importantes que se publicaron en ese entonces. Por otro lado, las notas que incluimos sobre los institutos las elegimos por el impacto que pudieran tener en la vida social del país. En el caso de la simulación por computadora en Nueva York se eligió por ser el año internacional de la Astronomía.

La información en la sección *Tip* se seleccionó por nuestra experiencia en la Universidad pues pocos alumnos conocen los beneficios que en esta sección se mencionan (con excepción de los cursos de idiomas). Además, existen otros que no fueron muy difundidos como el curso de primeros auxilios psicológicos, el cual incluso se pedía su divulgación de boca en boca en su anuncio Web de la FES Cuautitlán.

Para la elaboración del guión se leyó toda la información y se organizó con la de mayor relevancia primero y de acuerdo a la información que se pudiera ligar entre si en forma consecutiva ya que, precisamente, ése es uno de los requisitos para un programa *magazine*. Establecido el orden de las notas se procedió a vaciarlo en el guión y en las secciones.

Posteriormente calculamos el tiempo requerido por nota para su grabación: para notas extensas y reportajes el tiempo oscila entre 1 y 2.30 minutos mientras que para las notas cortas es de 30 a 40 segundos. Creemos que con los tiempos establecidos se puede explicar el fenómeno, situación o hecho con información recabada del lugar de los hechos, literatura y entrevistas con los protagonistas.

Una vez establecido el orden de la información y las secciones, se redactaron las guías de conducción de cada uno de los presentadores de manera que sus diálogos dieran paso a la siguiente nota.

En cuanto a la realización se tiene contemplado trabajar con los presentadores de cada sección, un camarógrafo, un asistente de producción, un maquillista y un realizador. La iluminación estará a cargo del asistente con una pizarra de sol de ser necesario. Este personal estará en la locación y seguirá el orden del *breakdown*.

Se trabajará con un promedio de 15 notas por día de acuerdo a la bitácora de información. Los reporteros estarán especializados en un área y serán estudiantes o egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Cada uno cubrirá de dos a tres notas de acuerdo con la orden del día y los temas que hayan sido relevantes durante la semana.

Serán los encargados de hacer la gestión, investigación, redacción, calificación de imagen y el guión de sus notas. En el caso de los reportajes, el realizador será quien decida qué aspectos de imagen e información será necesaria para incluir en el mismo. Durante la grabación de las notas estarán apoyados por un camarógrafo para grabar la entrevista y los aspectos del acontecimiento

Los reporteros tendrán un horario fijo para grabar la locución de sus notas y calificar el material de tal manera que tengan listo su material el lunes de cada semana para el editor. La post-producción de los reportajes estará a cargo del realizador.

Los reporteros serán personas que deseen desempeñarse en TV UNAM como prestadores de servicio social o prácticas profesionales. Ésta decisión obedece a varios fines:

1. Abaratar costos.

2. Brindar oportunidad de desarrollo, aprendizaje continuo y aplicación de conocimientos a egresados o estudiantes de Ciencias de la Comunicación interesados en el periodismo audiovisual.
3. Fortalecer el vínculo de TV UNAM entre y con los universitarios, así como fomentar el desarrollo de los mismos.

Para lograr lo anterior, se llevaría a cabo una convocatoria a inicio de ciclo en los planteles de la UNAM. En ella se describiría a quién está dirigida, la institución organizadora, su fin, de qué trata el programa y los beneficios económicos y profesionales que obtendrían quienes fueran elegidos. Bajo la misma técnica se obtendría a la conductora principal.

Las grabaciones en se harían los días lunes, es decir, dos días antes de salir al aire. De tal manera que se puede dar tiempo para hacer la calificación del material, realizar la postproducción del programa y resolver imprevistos técnicos o de información que pudieran presentarse.

En cuanto a las imágenes, testimonios e información de las notas foráneas (en el interior de la república), existen varias posibilidades de realización: las entrevistas pueden ser vía *Messenger* o *Skype* desde el instituto donde se lleve a cabo la investigación (sólo se tomaría el audio). Las imágenes pueden ser grabadas por alguna persona encargada de la fotografía en el instituto o dependencia o puede enviar fotografías del hecho, sin embargo, lo ideal sería el video. Ambas opciones se enviarían a través de carpetas en algún servidor de TV UNAM para no sacrificar la calidad de las imágenes al transmitir las por servidores de mensajería instantánea, portales de videos o fotografías. En caso de no tener imágenes de *stock* para ilustrar notas foráneas se mandaría a un reportero para grabar y realizar la nota.

La nota de las simulaciones astronómicas en Nueva York, se ilustrará con la copia de la simulación que tiene el Instituto de Radioastronomía y Astrofísica, imágenes del instituto, los investigadores trabajando y sus respectivos testimonios. Para las otras notas foráneas en el piloto se le pedirá al fotógrafo de la dependencia correspondiente que grabe imágenes de la investigación, las cuales se enviarán vía Internet usando el procedimiento mencionado anteriormente.

En el caso de programas posteriores el procedimiento sería el mismo, sin embargo, en caso de no poder contar con video o fotografías de calidad suficiente de alguna nota trascendente por cualquiera que fuese el motivo, el productor decidirá si en su lugar entraría otra nota o en su defecto si se ilustraría con imágenes de stock o solamente como nota leída por el conductor. También se utilizarán imágenes de stock cuando no haya suficiente material para alguna nota. Los reporteros pedirán ayuda al realizador quien buscará las imágenes solicitadas por los reporteros.

Para la producción y realización de cada programa el productor se basará en la bitácora de información diaria proporcionada por el jefe de información, la bitácora tendrá información depurada de acuerdo a las necesidades del programa. Una de las funciones del asistente será pedir diariamente ese reporte al área de información sobre los acontecimientos que hubo durante el último día.

El productor decidirá qué temas se incluirán en el programa de acuerdo a la importancia de cada información y la que ya se haya presentado en emisiones anteriores. Posteriormente habrá una junta de producción con el realizador y redactor para intercambiar opiniones sobre los diversos temas que existan y saber si ellos tienen alguna propuesta de nota que no haya estado incluida en la lista previamente hecha.

Una vez que se tenga el tema de cada nota el productor las asignará a cada reportero por área de especialidad. Posteriormente, con ayuda del redactor, se encargará de organizar la

información en el guión. Previamente, el productor habrá establecido las locaciones durante la junta de producción.

3.11. POSTPRODUCCIÓN

Para la postproducción del programa, se solicitará tiempo al área de diseño y se establecerá una plática con el diseñador sobre el proyecto y el concepto que se maneja con el fin de tener un logo que refleje el concepto juvenil, universitario y un tanto desenfadado del programa. Además, se encargará del diseño de los fondos de entrada general y de secciones, cortinillas y los súper de identificación.

Debido a que TV UNAM no cuenta con un musicalizador de planta, se contrataría y seguiría el mismo proceso para obtener la rúbrica de entrada y salida del programa, cortinillas, entradas y salidas de secciones.

La locución y selección de imagen de las notas estará a cargo de los reporteros, quienes calificarán su material en las salas de TV UNAM y grabarán en las cabinas de audio la locución de su nota. La edición y postproducción estará a cargo del departamento correspondiente en la televisora. Recordemos que toda la información deberá estar lista los lunes de cada semana para su posterior edición.

El armado del programa estará a cargo del productor o realizador un día antes de salir al aire, previamente hará la calificación de imagen de la grabación en locación, además serán los encargados de la selección de imagen y edición de los reportajes. También tendrán un horario fijo en las salas de calificación y postproducción.

Como se dijo anteriormente, la edición y postproducción de las notas será de acuerdo a la línea del programa. Los reporteros serán quienes organicen la información, imágenes y música (tomada de discos de librería proporcionados por TV UNAM). De igual manera ellos decidirán los cintillos o *supers* que tendrá cada nota como información extra.

El estilo del programa es con pocas transiciones de video, la mayoría es a corte directo y efectos de sonido como ráfagas, zumbidos, tambores, clics, etc., se incluirán efectos de video o cámara de ser necesario para dar dinamicidad a la imagen. Como hemos dicho, las notas tendrán *supers* o cintillos con información extra acerca del tema que se maneje.

3.12. PRESUPUESTO

RECURSOS HUMANOS, MATERIALES Y TÉCNICOS

Recursos humanos⁴⁴

Concepto	Costo por día	Cantidad	Subtotal
Productor	449.00	1	449.00
Realizador	449.00	1	449.00
Reporteros <i>Servicio social</i>	26.60	3	79.80
Reporteros <i>Becario</i>	33.30	3	99.90
Conductora principal (honorarios) ⁴⁵	3,000.00	1	3,000.00
Conductores secciones (honorarios)	1,000.00	2	2,000.00
Asistentes de producción	366.00	2	732.00
Postproductor	408.00	2	816.00
Camarógrafo	408.00	7	2,856.00
Musicalizador (honorarios)	4,000.00	1	4,000.00
Operador transporte	426.00	1	426.00
Operador cabina de audio	408.00	1	408.00
Maquillista (honorarios)	1,500.00	1	1,500.00
Total	12,473.90		16,815.70
Total honorarios	9,500.00		10,500.00
Total propios TV UNAM	2,973.90		6,315.70

⁴⁴ La mayoría de los precios fueron cotizados por TV UNAM con personal de planta.

⁴⁵ Los precios en honorarios fueron cotizados en las empresas *Imagen a cuadro*, *Boyar Televisión* y *Tanaka producciones*.

Recursos materiales

Concepto	Costo unitario	Subtotal
Viáticos		
Alimentación	70.00	3,640.00
Transportación	70.00	1,800.00
Gasolina		350.00
Audio y/o videocassettes		
8 BTC 90 min	339.00	2,712.00
3 DVD-R	13.00	39.00
Costo total	492.00	8,541.00

Desglose de recursos materiales

Alimentación						
	Personas	Días	Desayuno	Comida	Subtotal	Total
Reporteros	6	3		70.00	210.00	1,260.00
Camarógrafos	7	4		70.00	280.00	1,960.00
Conductores	3	1	70.00		210.00	210.00
Realizador	1	1	70.00		70.00	70.00
Asistente	1	1	70.00		70.00	70.00
Maquillista	1	1	70.00		70.00	70.00
				Costo total	910.00	3,640.00
Transportación						
	Personal	Días	Costo unit.		Subtotal	Total
Reporteros	6	3	50.00		150.00	900.00
Camarógrafos	6	3	50.00		150.00	900.00
				Costo total	300.00	1,800.00
Compra de materiales						
	Cantidad		Costo unit.		Subtotal	
BTC 90 MIN	8		339.00		2,712.00	
DVD-R	3		13.00		39.00	
				Costo total	2,751.00	

Recursos técnicos

Concepto	Costo por día	Cantidad	Subtotal
Propios de TV UNAM			
Sala de calificación	150.00	1	150.00
Sala de postproducción	900.00	1	900.00
Cabina de audio	300.00	2	600.00
Sistema BTC portátil	212.50	4	850.00
Total	1,562.50		2,500.00
Renta de equipo			
Concepto			
Micrófonos lavalier	350.00	9	3,150.00
		Costo total	5,650.00

RECURSOS PROPIOS Y EXTERNOS

Recursos humanos			
Propios de TV UNAM	6,315.70	<i>Externos</i>	
		Honorarios	10,500.00
		Horas extras	
Recursos materiales			
Propios de TV UNAM		<i>Externos</i>	
		Imprevistos	3,000.00
		Viáticos	5,440.00
		Servicios Com.	
		Materiales	
		Gasolina	350.00
		Videocassttes	2,751.00
Recursos técnicos			
Propios de TV UNAM	2,500.00	<i>Externos</i>	
		Renta de equipo	3,150.00

RESUMEN

	Propios	Externos	Total
Recursos humanos	6,315.70	10,500.00	16,815.70
Recursos materiales		11,541.00	11,541.00
Recursos técnicos	2,500.00	3,150.00	5,650.00
Costo Total	8,815.70	25,191.00	34,006.70

3.13. INVESTIGACIÓN PARA EL GUIÓN PILOTO

BIENVENIDA GENERACIÓN 2010-1

El próximo 10 de agosto dará inicio el ciclo escolar 2010 en las escuelas y facultades de la UNAM, que este año aceptó a 41 mil 418 aspirantes. Se trata de la cifra más alta en 15 años.

Entrevista con universitario

Más de 24 mil universitarios provienen de alguna prepa o CCH, mientras que casi 17 mil del concurso de selección llevado a cabo en febrero y junio de este año.

Entrevista con universitario

Actualmente, la Universidad cuenta con 82 licenciaturas divididas en las cinco Facultades de Estudios Superiores, Escuelas Nacionales, institutos, en el campus de Ciudad Universitaria y en sedes académicas en los estados de Michoacán, Morelos, Querétaro y Yucatán.

Por otro lado, Ciudad Universitaria fue declarada Monumento artístico de la Nación en 2005 y Patrimonio Cultural de la Humanidad. Es la Universidad número 74 de acuerdo a la clasificación mundial de las 100 mejores universidades del mundo realizada anualmente por el diario inglés *The Times*.

Aquí recibirás una educación integral comprometida con el desarrollo de este país. La UNAM y TV UNAM te dan la bienvenida en este nuevo ciclo.

PRESENTACIÓN DE LA FES ARAGÓN CON VIDEO

FERIAS DE ÚTILES ESCOLARES Y CÓMPUTO

La Feria de útiles escolares se llevará a cabo del 6 al 9 de agosto en el Estacionamiento para aspirantes ubicada en Av. Del Imán s/n dentro de Ciudad Universitaria. Ahí podrás encontrar toda la papelería que necesitas a precios más bajos que en los centros comerciales.

Posteriormente, la feria se trasladará respectivamente a todas las FES de acuerdo a un calendario establecido del 6 al 13 de agosto.

En el mismo lugar del 13 al 16 de agosto, tendrá lugar la Feria de Cómputo donde habrá precios preferenciales, facilidades de pago, promociones y actividades académicas como conferencias, talleres, charlas y exposiciones sobre temas relacionados con la aplicación y desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación.

Ambos eventos están dirigidos a toda la población universitaria incluidas las prepas, los CCH, sistema incorporado y personal administrativo. La entrada es gratuita presentando una identificación que te acredite como miembro de la UNAM o del sistema incorporado.

Habrà una venta exclusiva para universitarios el 10 de agosto de 9 a 21 hrs en algunas de las tiendas Lumen e Hiperlumen.

Si tienes dudas puedes obtener más información en la Dirección General de Orientación y Servicios Educativos ubicada entre las facultades de Ingeniería y Arquitectura en Ciudad Universitaria, al 56 22 04 79, 56 22 04 32 o rodiearq@servidor.unam.mx

FERIA DEL EMPLEO UNAM

Ya están abiertas las inscripciones a la Feria del Empleo de la UNAM en <http://bolsa.trabajo.unam.mx>.

PRICE WATERHOUSE COOPERS EN LA FESC

Price Waterhouse Coopers, una de las empresas más prestigiosas a nivel internacional en el campo de la auditoría, se presentó por segundo año consecutivo a la FESC en lo que se conoce como el *Día Price* en ese plantel.

La empresa reclutará estudiantes de los últimos semestres de la carrera de Contaduría y Administración. La primera fase consistió en el registro de los aspirantes, posteriormente se aplicaron exámenes y entrevistas para obtener a las personas que cumplieran con el perfil. Finalmente los candidatos acudieron a las oficinas de la empresa ubicadas en Satélite para ser entrevistados.

Ana María Vilchiz Cruz, jefa del departamento de Capital humano de *Price*, puntualizó que *Price* busca contadores con un enfoque integral de los negocios, que cuenten con los conocimientos y habilidades para desenvolverse y así, impulsar la eficiencia y la rentabilidad de las organizaciones.

Dijo, que quienes entran a la firma no pueden quedarse en el mismo nivel de ingreso, por el contrario, escalan posiciones y existe la posibilidad de convertirse en asociado si se cumplen con ciertos requerimientos laborales y de personalidad.

Destacó que hasta la fecha, el desempeño de los universitarios contratados el año pasado ha sido bueno y también han crecido dentro de la empresa. Sin embargo, su capacitación en inglés no es suficiente para el campo en el que se desempeñan.

Entrevista con universitario y directora de la facultad

CONVENIO ENTRE MEDIX Y FESZ

La FESZ tiene un importante compromiso al firmar un convenio de investigación con los laboratorios *Medix* desde el pasado mes de mayo.

El director general de la empresa comentó que con este tipo de convenios la compañía busca estrechar los lazos con instituciones de educación superior para fomentar el conocimiento y encontrar mejores soluciones a los problemas de salud pública, específicamente el de la obesidad.

Agregó que de esta forma se podrán intercambiar opiniones y dar capacitación al personal que en él labora mediante la instalación de laboratorios y las actualización del programa con que cuenta.

Ésta no es la única ocasión en que ambos organismos han trabajado juntos. Desde 1999 ambos han realizado investigación en medicamentos relacionados con la obesidad, problema que se trata en las personas que visitan las diferentes clínicas multidisciplinarias con las que cuenta la facultad.

Bajo este convenio, la FES se compromete a someter a aprobación programas de cursos, diplomados de actividad médica continua y protocolos de investigación ante el Comité de Ética e Investigación de la carrera de Médico Cirujano.

Carlos López Patán, director general de la farmacéutica, se comprometió en proveer de recursos materiales y económicos para la realización de los diplomados, cursos y protocolos de investigación e intervención que incluirán personal profesional capacitado en las áreas de medicina general, medicina interna y psiquiatría.

Por su parte, el director del plantel Alfredo Sánchez Figueroa aseguró que la FES cuenta con las instalaciones y personal adecuado para cumplir con el convenio.

TELEVISIÓN 3D EN JURQUILLA

La investigación de la Universidad se desarrolla en distintos planteles e institutos, algunos de ellos se encuentran en la Ciudad de México y muchos más en distintos estados de la República como Baja California, Michoacán, Morelos o Querétaro.

Es precisamente en el municipio de Juriquilla de este estado, donde se encuentran los laboratorios del Centro de Física Aplicada y Tecnología Avanzada. Ahí, se estudian y experimentan las diferentes aplicaciones que pueden tener materiales nuevos o ya existentes, además del desarrollo de tecnologías para las áreas química y de ingenierías.

Uno de sus últimos trabajos es el prototipo de televisión en tercera dimensión, con la cual los usuarios no necesitarán usar lentes especiales para poder ver el efecto, ya que trabaja con varias micropantallas con más de 20 puntos de vista, lo que genera la 3D.

El director del proyecto y del CFATA, Víctor Manuel Castaño Meneses, explicó que la imagen no tiene la calidad estéreo como se hace en las pantallas IMAX que trabajan con dos puntos de vista, es decir, una imagen en rojo para el ojo izquierdo y otra azul para el ojo derecho, sino que es mucho más cercana a los atributos de un holograma pues la holografía genera volumen desde su origen.

Aunque el proyecto comenzó desde el 2001, desde hace poco más de un año, los investigadores lograron captar imágenes 3D de personas y objetos con una cámara comercial. En ese entonces se obtuvieron 50 puntos de vista en seis segundos. El holograma se produjo después de transferir las imágenes a una computadora por medio del software desarrollado por el centro.

Posteriormente se utilizó una impresora a color de alta resolución, donde se coloca un vidrio con una emulsión igual a la que se usa en la fabricación de micro chips. Una vez grabado en el vidrio se logró un holograma real en tercera dimensión de tres por tres pulgadas con profundidad de cuatro. Este mismo principio se utiliza en la televisión pero en tiempo real.

Víctor Castaño explicó que el prototipo se ha optimizado y se espera tener el semi-industrial a mediados del próximo año, sin embargo la fecha se ha retrasado debido a que el monto de inversión requerida es considerable. Destacó que las pantallas en 3D serían una realidad para el 2020, pero con la crisis actual, esta fecha seguramente se pospondrá entre dos y cinco años.

La investigación tuvo como presupuesto inicial 10 millones de pesos y tiene como inversionistas a la empresa holandesa DDD, una empresa que trabaja con la impresión en alta definición 3D más rápida del mundo y al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

PRESENTAN SIMULACIONES ASTRONÓMICAS EN NY

El Museo Americano de Historia Natural en Nueva York exhibe simulaciones astronómicas hechas en el Centro de Radioastronomía y Astrofísica. La exposición se encuentra en uno de los recintos más importantes de divulgación científica a nivel mundial y fue hecha gracias a modelos matemáticos y a la supercomputadora *Kam Balam* de la UNAM.

Enrique Vázquez, especialista en la formación de estrellas desarrolló las simulaciones numéricas. Con ese material, Will Henney y Jane Arthur, expertos en el efecto de las estrellas

muy masivas, desarrollaron varias animaciones parecidas a la realidad que respaldan los modelos turbulentos de formación estelar.

Estas simulaciones tratan de representar la formación de estrellas en el universo basada en la teoría moderna que sugiere que el proceso es continuo, violento y fuera de equilibrio en comparación con teorías anteriores que proponían un medio homogéneo, con burbujas esféricas y un comportamiento tranquilo.

Con las simulaciones numéricas de Vázquez, Henney y Arthur elaboraron un código matemático que resuelve cómo se transporta la radiación y viaja a través del gas en donde se forman las estrellas con 30 a 40 veces la masa del Sol.

Will Henney comentó, que los cálculos matemáticos permiten a los astrónomos representar en la computadora el proceso de formación de las nubes y las estrellas; detallar cómo las primeras se mueven y “engordan” hasta formar a las segundas para facilitar la predicción del número, tamaño y tipo de estrellas que pueden formarse de una nube determinada.

En tanto, Enrique Vázquez señaló que los cálculos desarrollados con Henney y Arthur son una importante comprobación de que sus modelos de las estructuras de las nubes interestelares son correctos, pues las simulaciones son extraordinariamente parecidas a lo observado en los grandes telescopios.

Por su parte, Jane Arthur explicó que las estrellas tienen muchos tamaños, desde la décima parte hasta 100 veces la masa de nuestro Sol. Las estrellas masivas son poco comunes, aproximadamente una de cada mil. Además, dijo que cuando nace una estrella masiva su radiación ultravioleta actúa para destruir y vaciar su ambiente cercano, deteniendo la formación estelar en ese sitio, para provocar la creación de luminarias en otra parte de la nube mediante la expansión de la región calentada.

Estas simulaciones podrán verse a partir de octubre en el Papalote Museo del Niño.

PIMER CULTIVO DE PULPO MEXICANO

Por primera vez en el mundo se logró cultivar a la única especie de pulpo mexicano, para consumo humano, en la Unidad Multidisciplinaria de Docencia e Investigación de la Facultad de Ciencias en Sisal, Yucatán.

El proyecto se inició en el 2003 como alternativa a los pescadores en época de veda, ya que por disposición del Instituto Nacional de la Pesca, el pulpo sólo se puede extraer entre el primero de agosto y el 15 de diciembre para proteger sus etapas reproductivas.

Carlos Rosas Vázquez, encargado de la investigación, dijo que al principio se realizaron estudios de laboratorio, posteriormente se concretó un acuerdo con la cooperativa de producción pesquera de mujeres de Moluscos del Mayab para comenzar la engorda de crías. Los universitarios están a cargo de evaluar la tasa de crecimiento, aclimatación a condiciones de cultivo y el tipo de alimento que pueden consumir. Así, lograron desarrollar mil pulpitos en tanques de ocho metros cuadrados.

El investigador explicó que en esta etapa es posible engordar a los pulpitos cinco gramos en dos meses, posteriormente se trasladan a estanques externos donde alcanzan los 30 gramos en otros dos meses y en cuatro meses más logran el peso adecuado para la cosecha.

También dijo que no es tan fácil la alimentación de esta especie pues el sistema digestivo de los pulpos es más parecido al de un mamífero que al de un animal acuático. Ésto ha llevado a realizar estudios finos de bioquímica para establecer con mayor precisión las condiciones en las que digieren los alimentos artificiales balanceados como carne de cangrejo mezclada con desechos de pescado y pulpo.

Mediante este proceso de producción a escala los investigadores lograrán criar a 50 mil pulpos mensuales en la unidad multidisciplinaria que utiliza una incubadora artificial en forma “piloto-comercial” que actualmente está en vías de patente.

Después de obtener los resultados deseados se podrá hacer un presupuesto y desarrollar un paquete tecnológico para ponerlo a disposición de los empresarios e inversionistas que han mostrado interés.

El trabajo se realiza en conjunto con personal de varias instituciones como las facultades de Química, Medicina, las universidades de Barcelona, Chile, Panamá y Brasil, quienes para el próximo año podrían construir la primera granja comercial de pulpos endémicos mexicanos.

CATÁLOGO DE MACROALGAS

Académicos investigadores de la FESI elaboraron un catálogo que incluye información primordial sobre más de 700 macroalgas de litorales mexicanos.

La obra proporciona información sobre su ubicación, tendencia, bibliografía, situación e importancia de estas plantas acuáticas, las cuales se pueden utilizar en diferentes productos como fertilizantes, bactericidas, productos de belleza e indicadores de calidad del agua.

Gloria Garduño puntualizó, que nuevas investigaciones indican que la isla de Cozumel en Quintana Roo puede tener más de la mitad de algas que existentes en el Golfo de México y Mar Caribe por lo que la convierte en un lugar susceptible para la clasificación de organismos.

Los investigadores destacaron que aún falta mucho territorio por explorar pues se calcula que podrían existir hasta 2 mil especies y apenas se conoce la mitad.

Cabe señalar, que 97% de las 180 publicaciones relacionadas con el estudio de la flora del medio marino, reúne información del área donde quedan expuestos los organismos al aire y son cubiertos por el agua marina, mientras que sólo 3% ha estudiado el área profunda permanentemente cubierta por el agua.

Garduño indicó que el catálogo puede proporcionar información valiosa para quienes se encargan de la toma de decisiones, porque de acuerdo al potencial y estado de una zona costera será factible decretarla área natural protegida para cuidar la biodiversidad de la nación.

Además dijo, que la FES Iztacala también cuenta con un herbario considerado uno de los 10 con mayor cantidad de información valiosa en el país. El material que ahí se encuentra es sumamente importante porque sirve de consulta a quienes se dedican al estudio de estos recursos naturales.

Actualmente, se trabaja en la elaboración de un herbario virtual apoyados por proyectos PAPIIME, a través de diferentes CD multimedia, para que los usuarios cuenten con material didáctico y apoyen sus observaciones de campo, concluyó Gloria Garduño.

DERECHO PLANA BIBLIOTECA PARA INVIDENTES

La facultad de Derecho planea construir una biblioteca de derecho procesal civil con material para personas invidentes y débiles visuales.

La nueva tifloteca forma parte del proyecto Aula *Tlanextli*, cuyo nombre significa luz, y contará con obras en Braille, audiolibros y medios electrónicos e informativos que puedan apoyar a este grupo social.

El coordinador del proyecto, Hugo Carrasco Soulé, comentó que la propuesta tiene como objetivo permitir a los invidentes acceder a la información con la misma facilidad que el

resto de sus compañeros a través de computadoras con software especial e impresoras en Braille.

Los libros estarán disponibles en Braille y audio, éstos últimos se almacenarán en *iPods* para que los usuarios puedan controlar la velocidad y evitar que se pierda la información.

Agregó que el aula no pretende concentrar solamente a estos alumnos, por el contrario, también se tiene planeado facilitar un área que puedan utilizar los demás compañeros y profesores para evitar la discriminación y que convivan de manera conjunta.

Debido a que la mayoría de los maestros no están entrenados para atender a personas con capacidades diferentes, se buscará que los traten de manera normal para evitar la segregación. También se llevarán a cabo estrategias que faciliten a estos alumnos su inserción en el campo laboral.

CURSOS DE IDIOMAS FESA

Próximamente darán inicio los cursos de idiomas de la FESA, los cuales estarán abiertos a la comunidad universitaria, escuelas incorporadas a la UNAM y a la comunidad externa, es decir, todas aquellas personas mayores de 18 años que no pertenezcan a la UNAM.

Actualmente se imparten cursos de inglés, francés, italiano, alemán, portugués, ruso, latín y japonés. En su página de Internet hay una encuesta para saber si a la comunidad le gustaría recibir clases de Chino-Mandarín y en con qué frecuencia. De ser así se convertiría en una de las pocas instituciones que imparten el idioma en la Ciudad de México.

Sus planes ofrecen posesión y comprensión de lectura en varios de sus idiomas. Fue fundado en 1977 y anualmente atiende aproximadamente a 7 mil 500 alumnos. Si estás interesado en tomar algún curso acude a la FES Aragón o comunícate al 5623 0948.

SEGURO FACULTATIVO

Como alumno de la UNAM automáticamente tienes derecho a un seguro facultativo que otorga la Universidad a todos los alumnos inscritos en cualquiera de sus niveles académicos.

Los estudiantes pueden utilizar de manera gratuita los servicios médicos proporcionados por el Instituto Mexicano del Seguro Social, por lo que para estar en posibilidad de acceder a estos servicios médicos que ofrecen las unidades clínicas del instituto, es necesario realizar el trámite correspondiente en el área de servicios escolares de tu plantel o en su caso, informar sobre los cambios de residencia que realices.

Para el trámite necesitas pasar a la ventanilla de Servicios Escolares y solicitar el formato de alta al seguro facultativo del IMSS, después acudir con el documento a la clínica correspondiente; posteriormente cada semestre deberás presentar a la clínica donde estás inscrito la constancia de inscripción que acredite que aún te encuentras estudiando en la UNAM, además de una identificación oficial con fotografía.

CURSO DE PRIMEROS AUXILIOS PSICOLÓGICOS

En la FESC se dará un curso sobre primeros auxilios psicológicos, esto se hace con el fin de entrenar a la comunidad universitaria y a la población en general a proporcionar la ayuda necesaria cuando alguna persona entra en una crisis emocional.

Las crisis son un estado temporal de trastorno y desorganización consecuencia de un incidente con gran impacto en la vida de la persona, convirtiéndonos en incapaces de manejar emocional y cognitivamente las situaciones que se presentan en su vida diaria. Una persona que entra en crisis emocional experimenta mayor tensión y ansiedad, lo que hace más difícil encontrar una solución.

Los primeros auxilios psicológicos son una terapia breve que reduce la posibilidad de ser afectado psicológicamente y al mismo tiempo ofrece motivación para adoptar una nueva actitud y comportamiento para enfrentarse a las circunstancias de la vida.

El curso se impartirá los días 6 de agosto de 10 a 14 hrs en el Auditorio de la Unidad de Seminario de Campo 1 y el 7 de agosto en el mismo horario en la unidad de seminarios de Campo 4. Informes a los teléfonos 5623 1960.

APRENDE A NADAR EN CU

La vida de una persona está en peligro cuando decide entrar a una alberca o darse un “chapuzón” en el mar. Por tal motivo, la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas ofrece cursos dirigidos a la comunidad universitaria para aprender a nadar, mejorar su técnica y su condición física.

Ahí, se imparten clases diarias de martes a viernes con una hora de duración en la alberca olímpica universitaria ubicada en CU. Pero, primero necesitas hacer tu preregistro vía Internet donde también puedes consultar la documentación necesaria para darte de alta en la dirección general de actividades ubicada en el lado poniente del Estadio Olímpico Universitario de lunes a viernes de 10 a 14.30 hrs. Informes 5622 0526 o 27 ext. 40458 o culturafisicaunam@yahoo.com.mx

III CONCURSO DE FOTOGRAFÍA DEPORTIVA

A finales del mes de julio se llevó a cabo el *Tercer concurso de Fotografía Deportiva* que reunió a más de cien fotografías de los distintos planteles de la Universidad.

Angélica Uribe, coordinadora de extensión de la Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas, explicó, que el criterio principal para designar a los ganadores fue que resaltaran el lema del concurso *Basta con un segundo para sentir la emoción del deporte*

universitario para toda la vida, además se tomó en cuenta los conceptos de técnica, encuadre, composición y que fueran fotografías inéditas.

El primer lugar fue para Carmen Cristal Puches de la Facultad de Ingeniería con su obra *Alberca Universitaria*. El segundo lugar para José Antonio López de la ENAP y su fotografía *Sí se puede* y el tercer lugar para Rodrigo Zuñiga de Contaduría y Administración con *Sin palabras*. Los premios fueron tres cámaras Nikon de 12, 10 y 6 megapíxeles respectivamente.

El jurado estuvo conformado por Juan Antonio López, fotógrafo de Gaceta UNAM, Juan Manuel Sánchez, maestro de fotografía de la ENAP y Elsa Zamarripa Hernández, deportista en judo.

ENTREVISTA CON GANADORAS DEL MARATON DE ADMINISTRACIÓN

Las alumnas Patricia Sánchez, Karla Fajardo, Gabriela Badillo y Maricruz Sosa obtuvieron el primer lugar en el Maratón Regional de Administración convocado por la Zona 7 de la Asociación Nacional de Facultades y Escuelas de Contaduría y Administración (ANFECA).

El concurso se celebró en las instalaciones de la Escuela Superior de Contaduría y Administración del Instituto Politécnico Nacional. En él participaron 30 equipos de cuatro integrantes cada uno de 13 diferentes universidades públicas y privadas. La UNITEC y La Universidad La Salle obtuvieron el segundo y tercer lugar respectivamente.

Las ganadoras representarán a la Facultad de Contaduría y Administración en el 3er Maratón Nacional de Conocimientos de Administración que se realizará durante la asamblea nacional de la ANFECA los días 31 de agosto y 2 de septiembre en Mérida, Yucatán.

MONTAÑISMO EN LA UNAM

Existen muchas actividades que puedes realizar en los distintos planteles de la UNAM. Una de ellas es el montañismo, que no sólo incluye el deporte de alta montaña, también la exploración de cañones, escalada de roca y la espeleología dedicada a la inspección de cuevas.

Este es un deporte extremo con mucha tradición en la Universidad que surgió en la década de los 70 con varios grupos de estudiantes amantes de la naturaleza y la montaña, quienes realizaban eventos sencillos que finalmente terminaban convirtiéndose en meras salidas turísticas.

Sin embargo, algunos de esos estudiantes tuvieron la convicción de convertir esos eventos en una actividad más deportiva en 1971, y después de varias reuniones, crearon las bases para iniciar la asociación integrada por las preparatorias 1 y 3 y las facultades de Psicología y Medicina. En ese entonces se le conoció como Club de Alpinismo de la UNAM.

Para 1974 tomó el nombre de Asociación de Montañismo y se le reconoció oficialmente como tal después de participar en los primeros Juegos Nacionales Deportivos Estudiantiles con el encendido de antorcha en la cumbre de las cinco montañas más altas de México para terminar en el Estadio de la Ciudad Universitaria.

Algunas de sus expediciones fuera de México han sido a Perú y Belice. En territorio nacional a Monterrey y con más frecuencia al estado de Puebla donde han visitado los cañones La bonita, Aplulco y la cueva Akemati.

Más recientemente, los instructores viajaron a la Escuela Española de Alta Montaña en Benasque con el fin de capacitarse en recientes técnicas de escalada en hielo y roca.

La asociación ofrece diferentes cursos para el público en general desde principiantes a avanzados, para hombres y mujeres, a partir de los 15 años y solamente tienes que pagar una cuota de recuperación.

Para saber más sobre la asociación y este deporte acude al cubículo de montañismo en la alberca olímpica universitaria de martes a viernes de 10:30 a 16 hrs., los sábados de 9 a 14 hrs. o pide informes al teléfono 5622 0605 o al mail: contactopuma@montanismo.unam.org

PRESENTACIÓN GRUPO MUSICAL DE LA FESA

CONCLUSIONES

En este trabajo hemos visto que la televisión universitaria tiene una larga trayectoria en nuestro país, prácticamente desde que el aparato televisor comenzó a transmitir en la década de los cincuenta. Ha recorrido un camino con baches y sin embargo, eso no ha mermado la experiencia de la Universidad en la televisión pública, denominada así por los contenidos y fines que persigue en el público, contrarios a los de carácter comercial.

Hemos echado también una mirada a la misión y visión que maneja y cuáles han sido las estrategias que ha tomado para alcanzarlos o llevarlos a cabo. Podemos decir, que tanto misión y visión se han alcanzado de manera general, pero falta tener un vínculo estrecho con los universitarios al no tener suficiente difusión sobre el trabajo que hacen y los espacios que tienen los universitarios en ella.

Lo anterior lo pudimos observar en la encuesta realizada en junio del año pasado, cuando se obtuvieron los resultados que demuestran que la mayoría de los universitarios desconoce el canal, los programas de TV UNAM y los contenidos que maneja, además de que varios de los encuestados hicieron hincapié en la poca difusión que existe en sus respectivos campus sobre la televisora o su trabajo.

A pesar de ello, los universitarios tampoco se han preocupado por acercarse a la televisora, algo que también observamos en la encuesta pues las personas que ven o han visto el canal conocen muy pocos programas, contenidos o confundieron algunos del canal 22 o del 34 con los de TV UNAM, quizá sólo por ser de corte cultural. El programa más conocido por todos es el de la OFUNAM, que se difunde por televisión por cable y abierta y por cierto, es el único que tiene cobertura permanente.

Cabe destacar, que durante la aplicación de la encuesta no se encontraron anuncios de TV UNAM en las distintas cedes académicas haciendo alusión a la programación o invitando a los estudiantes a verla contrario a lo que sucede en las instalaciones de TV UNAM, donde sí

existe publicidad, se invita al personal a ver la programación y existe información de la televisora en los medios de comunicación.

Otro dato importante es el hecho que una parte considerable de la población tiene contratado o ha visto el canal por un sistema de cable diferente a los más comerciales. Éste es un punto a favor de la televisora pues puede trabajar en buscar convenios con esos otros sistemas de cable, posiblemente más económicos, a los cuales la población podría tener más fácil acceso.

A pesar de que existen programas que se dedican a difundir parte de las actividades de la Universidad, éstos no llenan las expectativas de los estudiantes, quienes definitivamente piden ser tomados en cuenta por medio de información útil que les pueda servir en sus actividades diarias o tener información sobre sus propios planteles, donde muchas veces las actividades tampoco se difunden de manera adecuada.

Es de esperarse que una televisora universitaria se preocupe por los integrantes de la comunidad a la que pertenecen y produzca contenidos afines a dicha comunidad que permitan un vínculo hacia ellos y les permita identificarse como tal, es necesario salir a buscar a esa comunidad estudiantil e invitarlos a participar ya sea como audiencia o como parte fundamental de la producción diaria o administrativa, dejarla de lado es aislarse y no permitir su integración.

De ahí, que los jóvenes hagan hincapié en más interés por parte de la televisora; que los tome en cuenta para también ellos tomarla en cuenta en un proceso de integración con las dependencias de la UNAM. Es un trabajo recíproco que no sólo incluye difusión o presupuesto. Es por una falta de interés de ambas partes que su fin no se ha llevado a cabo completamente a pesar de los intentos que ha realizado desde 1985.

La inquietud por informar y generar interés en la comunidad fueron los motivos que nos llevaron a trabajar en la idea de diseñar un programa que abriera el interés en la

comunidad estudiantil como partícipe activo, que nos informe acerca de lo que pasa en la Máxima Casa de estudios y nos proporcione información que podamos utilizar como universitarios para nuestro desarrollo profesional y personal.

Un programa con estas características difundiría el quehacer de la Universidad, de TV UNAM, y le ayudaría a cumplir en mayor medida con sus objetivos y misión. De esta manera, fortalecería el vínculo con los universitarios y entre ellos no sólo al ofrecer información general y útil sobre los campus, carreras y servicios, sino también al practicar el periodismo y la producción audiovisual.

Las características de este programa no se han visto en la televisión universitaria y se considera que sería un intento diferente para transmitir el conocimiento científico, cultural y académico de una forma más activa sin perder los valores universitarios para no caer en la televisión de contenidos frívolos o por el contrario, de alto valor noticioso.

En este diseño se trató de integrar lo más posible a los universitarios dando partida por ambos lados: contenidos y participación directa, de manera que incluyera lo más posible a sus institutos, escuelas, facultades y estudiantes; siendo éstos últimos por quienes finalmente se iniciaron los trabajos de la televisión universitaria y quienes deberían ser parte importante de ella.

Recordemos que uno de los objetivos fue descentralizar la información del campus CU, lo que hemos podido ver a lo largo de la investigación del programa piloto; se incluyeron notas sobre las distintas Facultades de Estudios Superiores y de actividades diversas en distintos campus debido a la falta de cobertura por parte de la televisión universitaria. Al incluirlas en un programa como *Interconexión* se facilita la difusión de la información de dichas dependencias, que tendrían un espacio televisivo que los tomara en cuenta.

Llevar a cabo un programa así no es fácil, se necesita gente que conozca a la UNAM para realizar más fácilmente las notas y quién mejor para hacer el trabajo que alguien que ha

estudiado en ella por un tiempo y conoce el lugar donde estudia o le interesa conocer más. Los prestadores de servicio social y becarios son muy buena opción por la razón antes mencionada y por la cuestión de los costos.

Tampoco fue fácil realizar este diseño, pues se tuvo que recurrir a los archivos de las materias tomadas en la facultad para recordar conceptos y técnicas, sobre todo en el área de televisión y de metodología. Desafortunadamente el tiempo pasa y si no estás en contacto con el medio es difícil llevar a cabo y practicar constantemente todos esos conocimientos.

Sabemos que la preproducción es la etapa más laboriosa pues incluye la parte más pesada que es la de investigación. En este caso, fue necesario adentrarse en toda la información que existe en la Universidad. El hecho de hacerlo cuando aún no se reanudaban las actividades facilitó el trabajo.

Sin embargo, pensamos que de ser una propuesta real para producir los programas del este *magazine* el trabajo del departamento de información sería más complejo porque tendría que estar al pendiente de todas las áreas de investigación, difusión cultural y actividades académicas para poder tener un panorama general y ofrecer una bitácora con información variada a la producción. Para lograrlo, se puede tener contacto con la Agencia de noticias de la UNAM y con los órganos informativos de cada entidad académica o de investigación.

Consideramos que una propuesta como la de esta tesis es muy viable para desarrollar y reforzar habilidades de quienes deseen participar en el proyecto, los beneficios que se obtendrían serían para todos incluido el personal de la dependencia, alumnos, académicos y la sociedad en general, desde beneficios económicos y de personal hasta el desarrollo profesional de los estudiantes o egresados.

De ser posible su producción los estudiantes o egresados que deseen ser becarios o prestadores de servicio social, el programa *Interconexión* se vuelve una opción para practicar

conocimientos y adquirir otros. Además, generaría interés en las nuevas generaciones creando una especie de fama entre la comunidad.

Tomando en cuenta ésto y el hecho de tratarse de un informativo ofrecería la pauta para trabajar y llegar primero al auditorio interno; una vez que se haya logrado entonces podría extenderse con mayor éxito al externo, es decir, a la sociedad en general, uno de los principales objetivos de la televisión universitaria.

F U E N T E S

Bibliografía

ACOSTA, Magdalena y DÁVALOS, Federico. *Televisión Universitaria*. Colección Cuadernos de Comunicación 1 y 2. FCPyS, UNAM. México. 1985.

ÁVILA, Patricia. *Educación y Nuevas Tecnologías, un espacio de colaboración latinoamericana*. Tecnología y Comunicación Educativas. Vol. 16, núm. 34-35, México Jun-Jul, 2001-2002, p. 38

BELL, Judith. *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación*. Gedisa. Barcelona, España. 2002.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *Información radiofónica; mediación, técnica, tratamiento y programación*. Colección Periodismo. Síntesis. Madrid, España. 1994. pp. 481-499.

CEBRIÁN HERREROS, Mariano. *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Síntesis. Madrid, España. 1998. pp. 497-500

FERNÁNDEZ, Patricia. *Televisión universitaria de la UNAM*. En: González Fernando, Gutiérrez Anibal. *Apuntes para una historia de la tv mexicana I y II*. Espacio 1998. Difusión Cultural UNAM.

GONZÁLEZ REYNA, Susana. *Manual de investigación documental y redacción*. 5ª edición, Trillas. México. 2007.

HERBERT, Zettl. *Manual de producción de televisión*. 7º edición, Trad. Ma. Isabel Pérez. International Thompson Editores. México. 2003.

HERNÁNDEZ, Roberto. *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill Interamericana, México. 2006.

HILLIARD, Robert L. *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Trad. Oscar Franco Anaya. 7ª edición, International Thompson, México. 2000.

MAZA PÉREZ, Maximiliano y Cervantes de Collado Cristina. *Guión para medios audiovisuales: cine, radio y televisión*. Alhambra. México. 1994.

PONCE, Hugo. *TV UNAM una nueva alternativa de televisión*. Tesis de Licenciatura en Comunicación y periodismo 1996. Asesor: Mendiola Mejía, Salvador A. Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón, UNAM. México. 1996.

ROGLAN Manuel y EQUIZA Pilar. *Televisión y lenguaje; aportaciones para la configuración de un nuevo lenguaje periodístico*. Ariel. Barcelona, España. 1996. Págs. 110-117.

ROJAS SORIANO, Raúl. *Guía para realizar investigaciones Sociales*. 26° Edición. Plaza y Valdés. México. 2000.

SUÁREZ, Nora. *Televisión universitaria: historia, estructura y análisis de sus objetivos al final del siglo*. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. Asesora: Maldonado Reynoso, Norma P. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM. México. 2000.

TOSTADO SPAN, Verónica. *Manual de producción de video: un enfoque integral*. Pearson. México. 1999.

VÁZQUEZ SUÁREZ Brenda Elvia. *Historia General de la Televisión Universitaria en la UNAM*. Tesis de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. FCPyS. UNAM. 1999.

Cibergrafía

Concluye la UNAM prototipo de televisión en 3D [en línea]. México. Dirección General de Comunicación Social UNAM. Boletín 408 del 9 de julio 2009. http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009_408.html [Consulta: 19 Jul. 2009].

El canal de TV UNAM es cultural. Se ve en más de 400 ciudades de México [en línea]. *Revista Telemundo*. No. 86, 15 de diciembre 2005 http://www.canal100.com.mx/telemundo/entrevistas/?id_notas=5726 [Consulta: 21 May. 2008].

Elabora la UNAM catálogo de macroalgas del golfo de México y mar caribe [en línea]. México. Dirección General de Comunicación Social UNAM. Boletín 438 del 24 de julio 2009. http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009_438.html [Consulta: 30 Jul. 2009].

ESTEINOU, Julio. “La televisión universitaria dentro del horizonte del servicio público”, *Razón y palabra*. Número 2, año 1, marzo-abril 1996. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n2/univer.htm> [Consulta: 21 May. 2008].

ENAP [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.enap.unam.mx/> [Consulta: 30 Jul. 2009].

ENEO [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.eneo.unam.mx/eneosite/index.htm> [Consulta: 30 Jul. 2009].

ENM [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.enmusica.unam.mx/> [Consulta: 1 Ago. 2009]

ENTS [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.trabajosocial.unam.mx/> [Consulta: 30 Jul. 2009].

Exhibe el museo americano de historia natural simulaciones astronómicas hechas en la UNAM [en línea]. México. Dirección General de Comunicación Social UNAM. Boletín 450 del 25 de julio de 2009. http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009_450.html [Consulta: 30 Jul. 2009].

Ferias UNAM 2009 [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México, c2009. www.utilesycomputo.unam.mx [Consulta: 2 Ago. 2009].

Ferias UNAM 2009 [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México, c2009. http://bolsa.trabajo.unam.mx/feria_empleo/IXFeria/ [Consulta: 2 Ago. 2009].

FES Acatlán [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.acatlan.unam.mx> [Consulta: 1 Ago. 2009].

FES Aragón [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.aragon.unam.mx> [Consulta: 30 Jul. 2009].

FES Cuautitlán [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.cuautitlan.unam.mx/gacetacomunidad.php> [Consulta: 1 Ago. 2009].

FES Iztacala [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.iztacala.unam.mx> [Consulta: 1 Ago. 2009].

FES Zaragoza [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2009. <http://www.zaragoza.unam.mx/gaceta/> [Consulta: 1 Ago. 2009].

Historia de la asociación de montañismo de la UNAM [en línea]. México. Asociación de Montañismo UNAM, c2009. [Consulta: 19 Jul. 2009].

http://www.montanismounam.org/articulos.php?id_sec=0&id_art=38&id_ejemplar=4

La facultad de derecho planea construir la tifloteca más importante el país [en línea]. México. Dirección General de Comunicación Social UNAM. Boletín 452 del 31 de julio 2009. http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009_452.html [Consulta: 4 Ago. 2009].

La UNAM hizo su mejor esfuerzo para aceptar al mayor número de aspirantes en licenciatura [en línea]. México. Dirección General de Comunicación Social UNAM. Boletín 447 del 28 de julio 2009. http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009_447.html [Consulta: 30 Jul. 2009].

Logra Teveunam mayor cobertura y diversificación de contenidos [en línea]. UTAH. Mundo hispano de KSL, c2006. <http://www.munhispano.com/?nid=255&sid=590938> [Consulta: 22 May. 2008].

Logran universitarios primer cultivo de pulpo en el mundo [en línea]. México. Dirección General de Comunicación Social UNAM. Boletín 440 del 25 de julio 2009. http://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2009_440.html [Consulta: 30 Jul. 2009].

Nuevo índice de nivel socioeconómico de la AMAI 2008 [en línea]. México. Asociación Mexicana de Agencias de Mercado. www.amai.org/congreso/2008/memorias/ponencias/lopezromo.pdf [Consultada: 21 ene. 2010].

Memoria 2000 [en línea]. México. Dirección General de Planeación UNAM, c2008. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2000/pdf/dgtu.pdf> [Consulta: 29 may. 08].

Memoria 2001 [en línea]. México. Dirección General de Planeación UNAM, c2008. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2001/pdf/dgtu.pdf> [Consulta: 29 may. 08].

Memoria 2002 [en línea]. México. Dirección General de Planeación UNAM, c2008. <http://www.planeacion.unam.mx/Memoria/2002/pdf/dgtu.pdf> [Consulta: 29 may. 08].

Memoria 2003 [en línea]. México. Dirección General de Planeación UNAM, c2009. <http://www.stcp.unam.mx/memoria/2003/dgtv.pdf> [Consulta: 29 may. 08].

Memoria 2004 [en línea]. México. Dirección General de Planeación UNAM, c2008. <http://www.stcp.unam.mx/memoria/2004/dgtv.pdf> [Consulta: 29 may. 08].

Memoria 2005 [en línea]. México. Dirección General de Planeación UNAM, c2008. <http://www.stcp.unam.mx/memoria/2005/97-dgtu.pdf> [Consulta: 29 may. 08].

Memoria 2006 [en línea]. México. Dirección General de Planeación UNAM, c2008. <http://www.stcp.unam.mx/memoria/2006/97-dgtu.pdf> [Consulta: 29 may. 08].

Gómez Angeles, Mayra. <mayralizethe@yahoo.com.mx> Notificación_Solicitud_F3014 [Correo electrónico]. 3 julio 2008. Enviado por la Unidad de Enlace de la Página de Transparencia de la UNAM.

Primeros auxilios psicológicos [en línea]. México. Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán, c2009. http://www.psicocentro.com/cgi-bin/articulo_s.asp?texto=art59001 [Consulta: 30 Jul. 2009].

Tercer concurso de fotografía deportiva [en línea]. México. Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas, c2009. http://www.deportes.unam.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=406 [Consulta: 19 Jul. 2009].

Tv UNAM [en línea]. México. Dirección General de Televisión Universitaria, c2008-2009. <http://www.teveunam.tv> y <http://www.pulpost.tv/tvunam/> [Consulta: 1 Ago. 2009].

Trámites UNAM [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México. <http://132.248.45.5/secesco/TRAMITES/permanen/Seguro/seguro.pdf> [Consulta: 1 Jul. 2009].

UNAM [en línea]. México. Universidad Nacional Autónoma de México, c2008-2009. <http://www.unam.mx> [Consulta: 19 Jul. 2009].

A N E X O 1

PARRILLA DE PROGRAMACIÓN DE TV UNAM

PRODUCCIÓN PROPIA

CONVENIOS

PRODUCCIÓN INTERNACIONA

PARRILLA SEMANA 180							
Del 30 de marzo al 5 de abril de 2009							
	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
8:00 A 8:30	Cuéntame un Cuadro	© Talleres y oficinas de México	Vías alternas	Teatro en la UNAM	¿A qué le tiras?	Especiales de Inventario © Esta semana ©	Voces de la democracia ©
8:30 A 9:00	ATEI	Teatro en la UNAM	Baskonia Amer. Deutsche Welle	Soneros © Pérez Prado		Bej canto ©	
9:00 A 9:30							Campus México
9:30 A 10:00	Campus México		NCI Noticias			Viajes por la cocina mex. ©	
10:00 A 10:30	Soneros Pérez Prado	Música en escena XX FIMM	Viajes por la cocina mex. Bel canto	La Matiné © Plan 9 del espacio exterior de Ed Wood 79'	INAH Talleres y oficinas de México	Latinoamérica TeVe	La Matiné
10:30 A 11:00	El pie de la letra	Genio y Figura ©	TV estatales			Genio y Figura Hermanos Mayo	Nada sagrado de William A. Wellman 77'
11:00 A 11:30	TV Vasca © Baskonia Amer.	Joaquín Clausell		Cuéntame un Cuadro	Esta semana ILCE		Chaplin (Rep)
11:30 A 12:00			Reporteros		Los artistas	Click ©	
12:00 A 12:30		Tiempo de danza	Vías alternas	Música en escena © XX FIMM	Los Latinoamericanos	México en la obra de Octavio Paz (Rep)	Concierto OFUNAM
12:30 A 13:00	Concierto OFUNAM	Cloudgate Dance Co. De Taiwan	Mundo de arte		Los argentinos		
13:00 A 13:30	(Rep)	Bamboo Dream 88'	Navegantes de las islas ©	El pie de la letra ©	Especiales de Inventario	Ciencia y Tecnología	
13:30 A 14:00		El mundo marino	ILCE	El Narrador ©		En busca de... Artes	
14:00 A 14:30	Chaplin (Rep)	Pueblos de México ©	Los artistas ©	La postergación	¿A qué le tiras?	Lineas del tiempo	El mundo marino
14:30 A 15:00	Cuéntame un Cuadro	Herederos de la Tierra	Evolución © A 200 años del nac. de Darwin	Inventario		Altavista ©	¿Cómo ves?
15:00 A 15:30	World Music Collection	Latinoamérica TeVe	Big-bang mente	Mundo de arte ©	Pueblos de México	Maestros de las Ideas ©	
15:30 A 16:00	Totó la Momposina (Colombia)	Mitos hechos arte ©	Historia ©	Los © imprescindibles	INAH	Ópera	Creación Arte 21 Memoria
16:00 A 16:30	Maestros detrás de las Ideas	Creación Arte 21	Decisiones terribles	Artes Visuales Balthus	Tiempo de danza ©	Macbeth de Verdi.	Cine Club Cuec
16:30 A 17:00	La revista de la Universidad ©	Creación Poder (Rep)	Festival Nal. de Jazz Ameneiro	Jazz estacionario	Become Bejart (Bejart into the light) 95'	Ópera de Zúrich 141'	Butaca UNAM
17:00 A 17:30	La Miniserie ©	Click	La película	Voces de la democracia			Juego sucio de Colin Higgins 116'
17:30 A 18:00	Butaca © UNAM	El Narrador	Siete crímenes de Norman Jewison 120'	Tercera Llamada	Contra el Silencio todas las voces	Arte y manera Putman	
18:00 A 18:30	Encrucijada de Walter Hill 96'	La postergación		Mestiza power 87'		Inventario (Rep)	
18:30 A 19:00		Cloudgate Dance Co. De Taiwan			Esta semana Chaplin	Historia	Umbral mexicano
19:00 A 19:30		Bamboo Dream 88'	Reporteros	El Narrador ©	Casa de empuño	La Guerra	World Music Collection
19:30 A 20:00	World Music Collection ©	¿Cómo ves?	Navegantes de las islas ©	Ollin Kan'08 Hanta (Madagascar)	Herederos de la Tierra ©	Un camino largo y difícil	Alan Stivell (Bretaña)
20:00 A 20:30	Totó la Momposina (Colombia)	Herederos de la Tierra	Evolución © A 200 años del nac. de Darwin	Arte y manera Berger & Parkkinen		Lineas del tiempo	Sobremesa
20:30 A 21:00	Maestros detrás de las Ideas	Especial Octavio Paz	Big-bang mente		En Directo Tex Tex en el Hard Rock Live	Altavista © Navegantes de las islas	
21:00 A 21:30	La otra historia Insurg. Sindical	Creación Arte 21	Historia ©	Los © imprescindibles		La revista de la Universidad	La Miniserie
21:30 A 22:00	La revista de la Universidad ©	Poder (Rep)	La guerra Decisiones terribles	Artes Visuales Balthus	El mundo real	Los imprescindibles	Mitos hechos arte
22:00 A 22:30	Umbral mexicano ©	Mitos hechos arte ©	Sobremesa	Inventario	Aquí manda yo	La filarmónica de Berlín	Tiempo de Filmoteca.
22:30 A 23:00	La Miniserie ©	Lineas del tiempo	Prog 10 (Rep)	Jazz estacionario	El mundo según Bush 90'	Evolución	
23:00 A 23:30	Butaca © UNAM	La marquesina	La película		Cine de estreno	A 200 años del nac. de Darwin	La esperanza y la gloria de John Boorman 113'
23:30 A 0:00	Encrucijada de Walter Hill 96'	ABC África de Abbas Kiarostami 85'	Siete crímenes de Norman Jewison 120'	El cine de La Red	Chaplin hoy: El chico con Abbas Kiarostami / El chico de Charles Chaplin (1921) 94'	¿Qué con Dios? El Ciclo: Cine y religión	
0:00 A 0:30				Reinas por un día de Marion Vernoux 96'		Agnes de Dios de Norman Jewison 98'	Sobremesa
0:30 A 1:00							
1:00 A 1:30					Contra el Silencio todas las voces	Festival Nal. de Jazz © Ameneiro	
1:30 A 8:00	FUERA DEL AIRE	FUERA DEL AIRE	FUERA DEL AIRE	FUERA DEL AIRE			FUERA DEL AIRE

A N E X O 2

ENCUESTA

DIAGNÓSTICO DEL CANAL CULTURAL DE

LOS UNIVERSITARIOS

ENTRE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Encuesta: **DIAGNÓSTICO DEL CANAL CULTURAL DE LOS UNIVERSITARIOS
ENTRE LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA**

Edad: _____ Sexo: Masculino Femenino
Campus: _____
Carrera: _____ Semestre: _____

1. ¿Ves o has visto el Canal Cultural de los Universitarios (TV UNAM)?

SÍ NO

Si respondiste *No* pasa a la pregunta 5

2. ¿En qué sistema de cable lo ves o lo has visto?

CABLEVISIÓN SKY OTRO SISTEMA DE PAGA

3. ¿Qué tan interesante es la programación del canal?

MUCHO MEDIANAMENTE POCO NADA

4. ¿Qué programas conoces?

Pasa a la pregunta 6

5. ¿Por qué no lo has visto?

No tengo Cablevisión o Sky No sé cuál es el canal Otro: _____

6. ¿Has visto programas de TV UNAM por tv abierta (canales gratuitos)?

SÍ NO

Si respondiste *No* pasa a la pregunta 8

7. ¿Qué programas has visto o de qué tipo?

8. ¿Qué contenido o qué te gustaría ver en un programa de la UNAM?

9. ¿Te gustaría que el canal tuviera una programación con contenido sobre las actividades relevantes de la UNAM?

SÍ **NO**

10. ¿Estás de acuerdo en dar difusión a la labor de los universitarios en distintos ámbitos académicos y actividades extracurriculares?

SÍ **NO**

11. ¿Te gustaría que el canal tuviera un programa dedicado a las diversas actividades e información de interés que surja en las FES, CU, escuelas e institutos de la UNAM?

SÍ **NO**

12. ¿Te gustaría que ofreciera información útil para los estudiantes, por ejemplo dónde puedes realizar el servicio social, prácticas profesionales, estadías en el extranjero, actividades extracurriculares, etc.?

SÍ **NO**

13. ¿Verías un programa con esas características?

SÍ **NO**

14. ¿Consideras que el canal debería pasar por tv abierta?

SÍ **NO**

15. Si tu respuesta es si, ¿Verías el canal?

SÍ **NO**

Puedes ver el Canal Cultural de los Universitarios
en el 411 de Cablevisión y el 255 de Sky