

**INFORME FINAL**  
**PASANTÍA SUPERVISADA PARA GRADO**  
**ESTRUCTURACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DEL PROGRAMA DE**  
**TELEVISIÓN “VÍA UNIVERSITARIA”**

**MARÍA ANGÉLICA RIVEROS BOTERO**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS**  
**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**  
**NEIVA**  
**2016**

**INFORME FINAL**  
**PASANTÍA SUPERVISADA PARA GRADO**  
**ESTRUCTURACIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS DEL PROGRAMA DE**  
**TELEVISIÓN “VÍA UNIVERSITARIA”**

**ESTUDIANTE:**  
MARÍA ANGÉLICA RIVEROS BOTERO

**ASESOR:**  
ANDRÉS MAURICIO RIVERA SÁNCHEZ

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS  
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO  
NEIVA  
2016

Nota de aceptación \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Presidente del jurado  
\_\_\_\_\_ Jurado  
\_\_\_\_\_ Jurado

Neiva, 2016

## **AGRADECIMIENTOS**

Cuando un estudiante culmina su ciclo de estudios en la universidad y se forma como profesional, parecería que se trata de un logro personal, sin embargo, dista mucho de ser así. Pues no se trata de un esfuerzo unilateral y aislado, ya que detrás de ese logro alcanzado, hay un grupo de personas que, desde sus posibilidades y límites, han contribuido de muchas maneras: la familia, los compañeros, los amigos, y los profesores. Todos y cada uno de ellos hacen parte de ese logro personal generado por un esfuerzo colectivo y mancomunado.

Quiero agradecer a Diovanni Lasso, amigo entrañable, quien convenció a mi mamá de apoyarme en el deseo y la oportunidad de cursar una carrera en la Universidad Surcolombiana. Quiero agradecer a mis padres por el apoyo no sólo económico sino espiritual y afectivo, a doña Amanda quien fue como otra madre para mí. A mis hermanos que siempre han estado conmigo apoyándome. Gracias a ellos nunca he pensado en rendirme. También quiero agradecer a mis compañeros de Comunicación Social, de los cuales disfruté intercambiando mis conocimientos, a mis amigos de distintas carreras de la Universidad, a mi mejor amigo Miguel Andrés Tovar, quien me ha enseñado que lo “raro” es bonito, fuerte y capaz.

A los docentes que me enseñaron a amar lo que hago, el profesor Diego Alberto Polo, quien con su entusiasmo y actitud me enseñó a querer el periodismo, a la profesora Mónica Bonilla, cuya influencia me llevo a elegir el énfasis de Audiovisuales; aún recuerdo el brillo en sus ojos y la pasión desbordada al hablar de la fotografía y la producción audiovisual. A los profesores Fernando Charry y Olmedo Polanco, de quienes aprendí la importancia de ser persona antes que profesional. Agradezco también al profesor Andrés Rivera, asesor de mi proyecto de pasantía, quien me brindó todos los conocimientos y la ayuda necesaria para poder desarrollarme como una profesional.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	Pág. 7
<b>CAPITULO I</b>	
<b>1. ASPECTOS GENERALES</b>	
1.1. RESEÑA HISTÓRICA .....	Pág. 9
1.2. DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DEL ÁREA DONDE SE DESARROLLÓ LAPASANTÍA.....	Pág.12
<b>CAPITULO II</b>	
<b>2. DESARROLLO DE LA PASANTÍA</b>	
2.1. OBJETIVOS.....	Pág. 14
2.2. JUSTIFICACIÓN.....	Pág. 15
2.3. REFERENTES TEÓRICOS.....	Pág. 18
2.4. METODOLOGÍA.....	Pág. 24
2.5. CRONOGRAMA.....	Pág. 29
2.6. RESULTADOS.....	Pág. 32
<b>CAPITULO III</b>	
<b>3. CONCLUSIONES</b>	
3.1. CONCLUSIONES.....	Pág. 45
3.2. RECOMENDACIONES.....	Pág. 46
3.3. BIBLIOGRAFÍA.....	Pág. 47

## **CAPITULO IV**

### **4. COMPLEMENTOS/ANEXOS**

<b>4.1. PROYECTO VÍA UNIVERSITARIA.....</b>	<b>Pág. 50</b>
<b>4.2. LIBRO DE ESTILO.....</b>	<b>Pág. 67</b>
<b>4.3. PROTOCOLO DE REDES.....</b>	<b>Pág. 78</b>
<b>4.4. RELEASE (AUTORIZACIÓN DE TESTIMONIOS).....</b>	<b>Pág. 89</b>
<b>4.5. FORMATO ENTRADA Y SALIDA DE EQUIPOS.....</b>	<b>Pág. 90</b>
<b>4.6. FORMATO ENTREGA DE PROGRAMAS.....</b>	<b>Pág. 91</b>
<b>4.7. GUIÓN LITERARIO.....</b>	<b>Pág. 92</b>
<b>4.8. GUIÓN TÉCNICO.....</b>	<b>Pág. 95</b>

## INTRODUCCIÓN

En el presente documento se encuentran los resultados de la pasantía desarrollada durante el año 2016 en el proyecto de televisión *Vía Universitaria*, adscrito al Programa de Comunicación Social y Periodismo, en la Universidad Surcolombiana.

Si bien *Vía Universitaria* es un proyecto vigente y con una importante trayectoria de 13 años de producción audiovisual (ha tenido una pausa de 5 años) carecía en su estructura interna de un proyecto que estableciera unos objetivos audiovisuales claros; por un lado, un documento que facilitara y fortaleciera los procesos de pre-producción, producción y postproducción de los productos comunicativos y, que articulara dentro de un marco tangible y dinámico todos los elementos propios y constitutivos del proyecto; como un documento que nos hable del proyecto *Vía Universitaria*, un manual que unifique como publicar en redes, o formatos que nos permitan regular la producción. Con el objeto de abrir una ruta de acceso a los contenidos para el público seguidor del programa institucional *Vía Universitaria*.

En este sentido, he propuesto en mi pasantía la creación de una serie de documentos como un Manual de Estilo, un Protocolo de Redes Sociales, el Proyecto del Programa *Vía Universitaria* y los Formatos para la Producción de los Programas que permitan dar conocer a cada nuevo integrante del proyecto (Coordinador, Asesor, Pasante y Practicante), todo lo concerniente a la realización de *Vía Universitaria* y, al mismo tiempo, tener claro cuáles son las dinámicas que se generan al interior del programa, como sus métodos de producción y los medios de divulgación: redes sociales y canales regionales de televisión. Particularmente, en este último aparte, como proceso de expansión del programa, he realizado convenios con distintos medios regionales para la difusión del magazín institucional de manera gratuita. Esto se logró gracias a los ajustes y cambios que el equipo de *Vía Universitaria* decidió realizar en el año 2015, para

expandir la cobertura y renovar el formato con una nueva imagen. Desde marzo del presente año he puesto en marcha los objetivos y tareas de mi proyecto de pasantía los cuales serán constatados en este informe final que consta de cuatro capítulos. En el capítulo uno, se hablará de los aspectos generales de la pasantía; en el capítulo dos, del desarrollo de la pasantía; en el capítulo tres, irán las conclusiones y recomendaciones; y en último capítulo, se incluirán los complementos y anexos.



## CAPÍTULO I - ASPECTOS GENERALES

### 1.1. RESEÑA HISTÓRICA

El programa de Comunicación Social y Periodismo se creó hace 21 años, según el Acuerdo 013 del 27 de abril de 1995, del Consejo Superior de la Universidad Surcolombiana<sup>1</sup>. “(...) advertimos que la escuela no estaba vinculada con los entornos”; dice William Fernando Torres, uno de sus fundadores. En este sentido, también, cabe resaltar que de manera paralela el programa nació frente a la necesidad de reconstruir los tejidos comunicativos rotos de la región (Huila, Tolima, Cauca y Caquetá); esto se resaltó en los trabajos finales de la Especialización en Comunicación y Creatividad para la Docencia<sup>2</sup>. En una búsqueda por hacer que los estudiantes se apropiaran de su entorno y los docentes y administrativos que adelantaban procesos académicos en ámbitos académicos, sociales y culturales, se fortaleció la idea de construir una facultad en la que se integraran todas esas experiencias; de allí nace la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas.

El Programa de Comunicación Social y Periodismo tiene como misión la formación integral de profesionales de la comunicación y el periodismo, capaces de comprender, explicar y plantear soluciones a los problemas comunicativos más relevantes de la realidad regional, mediante la transmisión, reproducción, aplicación y producción de conocimiento, que permita reconstruir, generar o preservar los tejidos comunicativos en las comunidades, las organizaciones y la sociedad en general, con miras a su fortalecimiento y proyección.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Universidad Surcolombiana, reseña histórica del Programa de Comunicación Social y Periodismo tomado el día 20 de octubre del 2016 de la página web: [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co)

<sup>2</sup> Cartilla, Proceso de autoevaluación de acreditación del Programa de Comunicación Social y Periodismo. 2009-2012

<sup>3</sup> Universidad Surcolombiana, reseña histórica del Programa de Comunicación Social y Periodismo tomado el día 20 de octubre del 2016 de la página web: [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co)

A lo largo de su existencia, el programa de Comunicación Social y Periodismo ha venido formando a los nuevos narradores de la cotidianidad de la región surcolombiana. Y bajo esa premisa surge la necesidad de trascender las creaciones comunicativas audiovisuales al contexto de la ciudad y de la región. Las lógicas de preproducción, producción, postproducción y emisión, han venido apuntándole al mejoramiento de los procesos de auto reconocimiento.

*Vía Universitaria* nace en el año 2003 bajo la coordinación del docente Benjamín Alarcón Yustres. En aquel entonces habían dos programas que se emitían por Alpevisión, uno de los dos canales locales de televisión cerrada (por cable) en la ciudad de Neiva; el primero de ellos, era el magazín *Vida Universitaria*, que mostraba lo que había sucedido en la semana dentro del alma mater y tenía una sección llamada la *Crónica Urbana*, que contaban historias de vida de algunos estudiantes donde se identificaba un personaje que reflejaba la condición de otros y así poder reflejar ciertas circunstancias comunes o trascendentales para reflexionar en la sociedad; el otro programa llamado *Universidad y Contexto*, el panel de estudio donde algunos especialistas reflexionaban sobre los temas de actualidad en la región y el país; su principal objetivo era el de divulgar los hechos y acontecimientos de la Universidad Surcolombiana y articularlos al contexto de la región y el país. El programa *Vida Universitaria* se emitía los viernes a las 8:00 pm y *Universidad y Contexto* los sábados en la mañana.

En el 2009, el profesor Diego Alberto Polo Paredes, retoma el proyecto y logra unir esos elementos audiovisuales en un solo formato que daría origen a *Vía Universitaria*. Y éste, según el docente, tenía como objetivo principal “fortalecer un espacio de proyección social, investigación y práctica profesional; resulta inaplazable en la formación de comunicadores sociales y periodistas, en una región de altas posibilidades narrativas. Pensar en una agenda propia que proponga los temas que los medios convencionales no abordan y, desde luego, brinde a la Universidad, como fuente directa, el acontecer regional como valor agregado del proyecto”. Concluye el docente.

Diego Alberto Polo Paredes, el segundo coordinador del proyecto, se refería a *Vía Universitaria* como un programa de televisión universitaria que se proyecta socialmente a la Universidad Surcolombiana y su Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Dadas sus características, cumple de manera adicional la función de espacio de práctica y pasantía profesional en el Pregrado de Comunicación Social y Periodismo. A lo largo de su existencia, el pregrado ha venido formando a los nuevos narradores de la cotidianidad de la región surcolombiana. Y bajo esa premisa surge la necesidad de trascender las creaciones comunicativas audiovisuales al contexto de la ciudad y de la región. Las lógicas de preproducción, producción, postproducción y emisión han venido apuntándole al mejoramiento de los procesos de auto reconocimiento.

En el segundo semestre del año 2015, el docente y nuevo coordinador del proyecto de televisión *Vía universitaria*, Víctor Herrera, junto con el Asesor de prácticas, Andrés Rivera, advirtieron la necesidad de cambiar no sólo la forma estética del programa sino también periodística. Desde entonces se cambió el logo y la estructura del magazín; en ese momento se proyectaron cambios necesarios que sólo hasta el primer semestre del año 2016 se materializaron, como el cambio del look del programa, se incluyó en la etapa de postproducción el proceso de finalización del programa que incluía la corrección de color y la implementación de LetterBox; en materia de contenidos, se cambiaron los enfoques y se optó por abordar temáticas más llamativas. Ya para el segundo semestre de 2016 el programa cuenta con espacios de emisión en cinco (5) Canales locales en el departamento del Huila, cuatro (4) de ellos de manera gratuita (Neiva, Rivera, Garzón y Pitalito). Este proyecto pretende consolidar una propuesta de comunicación audiovisual audaz, con sello propio, que fortalezca la imagen positiva y creativa de la Universidad Surcolombiana, la Facultad de Ciencias Sociales Humanas y el Pregrado de Comunicación Social y Periodismo. Su propósito fundamental radica en construir opinión pública calificada desde la elaboración de productos comunicativos que estimulen una constante reflexión sobre la región y el país bajo criterios de universalidad e inclusión.

## 1.2. DESCRIPCIÓN Y FUNCIONES DEL ÁREA DONDE SE DESARROLLÓ LA PASANTÍA

*Vía Universitaria* es un proyecto que empezó bajo la coordinación del Maestro Benjamín Alarcón Yustres y actualmente se encuentra bajo la dirección del Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Fabio Alexander Salazar Piñeros. Este proyecto audiovisual da cuenta de los procesos de la Universidad en sus tres ejes: investigación, docencia, y proyección social; apostándole al crecimiento de la opinión pública calificada a la vez que genera y visibiliza una imagen propositiva de la Universidad Surcolombiana.

Las funciones que deben realizar los practicantes y pasantes en *Vía Universitaria* son:

### **Pre-Producción:**

- Asistir al consejo de redacción donde se elegirán los temas a tratar.
- Aportar temas e ideas durante los consejos de redacción para enriquecer el proyecto.
- Adelantar la investigación periodística de los procesos que se desarrollan dentro de la universidad o que genere la institución fuera de ella.
- Diseñar los cuestionarios y coordinar la agenda para la realización de las entrevistas.

### **Producción:**

- Diligenciar oportunamente los formatos de producción.
- Realizar las grabaciones para las entrevistas que se designen.
- Producir las imágenes de apoyo de los programas designados.
- Presentar los guiones para la realización de los programas que le designe el Consejo de Redacción.

- Grabar las locuciones que se requieran para los capítulos o informes en los que se haga uso de la voz en off o voice over.

### **Postproducción:**

- Editar las notas, informes y programas designados por el Consejo de Redacción.
- Adelantar un acompañamiento permanente durante los procesos de finalización de los programas.

### **Emisión y Difusión:**

- Difundir y promocionar los programas por los diferentes canales y plataformas digitales (Facebook, Twitter y YouTube).

Las funciones adelantadas durante mi pasantía en el proyecto de *Vía Universitaria* fueron:

- Establecer alianzas para conseguir espacios de difusión en los canales comunitarios, locales y regionales de televisión cerrada.
- Crear un Libro de Estilo para el programa *Vía Universitaria*.
- Implementar los formatos establecidos para la realización del programa *Vía Universitaria*.
- Diseñar una estrategia que contribuya a la promoción de los programas a través de las redes sociales mediante la creación de un protocolo de publicaciones y su implementación.
- Aumentar de forma orgánica el número de seguidores de los canales de distribución Online del programa *Vía Universitaria* mediante su divulgación en las redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter).
- Acompañar y realizar labores propias de las fases de preproducción, producción y postproducción de los programas de *Vía Universitaria*.

## CAPITULO II DESARROLLO DE LA PASANTÍA

### 2.1. OBJETIVOS

#### a. Objetivo general

Intervenir el modelo de realización audiovisual del programa *Vía Universitaria*, a partir de una reestructuración en todas las etapas de la realización (preproducción, producción, postproducción y difusión), contemplando ámbitos técnicos, creativos, periodísticos y organizacionales (administrativos), que permitan renovar y optimizar ésta propuesta audiovisual.

#### b. Objetivos específicos

- Elaborar un (1) Libro de Estilo para la realización audiovisual del programa.
- Realizar tres (3) programas piloto que sirvan como modelo y den cuenta de los posibles abordajes audiovisuales, pasando por lo técnico, lo conceptual y lo editorial–periodístico, que tendrían cabida en el formato de *Vía Universitaria*.
- Establecer las pautas para la promoción y difusión del programa *Vía Universitaria* en los canales de TV.
- Crear un Protocolo de Redes Sociales para la difusión de los contenidos audiovisuales del programa en Facebook, Twitter y YouTube.
- Generar e implementar Formatos de Préstamo de Equipos y *Release* para garantizar mayores controles, evitar posibles demandas y aumentar la eficiencia en el uso de los equipos de producción.

## 2.2. JUSTIFICACIÓN

En el proceso de aprendizaje de un estudiante de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, el alumno es formado para buscar, comprender y apoyar "la otra cara de la noticia", el educando debe obtener un producto alternativo que busque crear conciencia y análisis frente a las realidades del país, región y de las personas. Precisamente la relevancia que tiene el proyecto de televisión *Vía Universitaria* dentro de la universidad es mostrar la otra "cara" de la institución y que la casa de estudios no sea conocida por las manifestaciones estudiantiles, escándalos de corrupción, redes de distribución de drogas, entre otros; sino que sea reconocida por los proyectos académicos que adelanta, los trabajos de extensión social y los semilleros de investigación, etc., con los cuales los estudiantes, docentes y administrativos trabajan, no sólo en beneficio de la institución sino de la comunidad del sur del Huila. En ese orden de ideas estará articulada la propuesta del programa *Vía Universitaria* con la Política de Comunicaciones (el Acuerdo 030), la cual está estructurada en 4 ejes fundamentales: *Comunicación Institucional, Comunicación Mediática, Comunicación de Vínculos e Imagen y Posicionamiento.*

En mi papel de practicante durante el año 2015, pude observar que con cada pasante o practicante nuevo, se empieza de cero, la producción se realiza de manera intuitiva, se maneja el estilo y la narración audiovisual de la persona que se incorpore y se impone la forma individual de contar de la persona y no de la manera o el modelo que necesite y demande un producto comunicativo institucional. La falta de un lineamiento y pautas claras para producir, hacen de *Vía Universitaria* un proyecto carente de rigor estético y periodístico, se detalló la necesidad de que el programa necesita de una Ruta Audiovisual, con la cual el practicante o el pasante puedan tener claridad cómo proceder para realizar el programa.

El proyecto de Vía Universitaria; es un programa que pese a no estar reconocido formalmente ante el estamento avalador (Consejo Académico / Superior), lleva más de diez años forjando un camino audiovisual, transmitiendo los contenidos en canales locales y regionales.

Vía Universitaria, como proyecto comunicativo, lleva muchos años produciendo contenido audiovisual para nutrir y fortalecer los procesos académicos de extensión social, docencia e investigación. Sin embargo, al inicio de esta pasantía no se contaba con un formato claro (aparte del Magazine) para la producción de contenidos; lo que generaba desorden e imposibilitaba el ejercicio de producción dentro de unos parámetros de calidad.

Por esta razón, fue preciso revisar e intervenir la estructura del proyecto de manera que el personal que en el futuro llegara a formar parte del equipo de trabajo: Pasante, Practicante o Coordinador, tuviera una hoja de ruta o Libro de Estilo que le permitiera tener claridad sobre el proceso de realización de un producto comunicativo como éste.

Generalmente, los programas de televisión universitaria cuentan con manuales de estilo, ya que si bien los estudiantes cambian anual o semestralmente, el programa que se esté emitiendo debe continuar; por ejemplo, en casos como el manual de estilo de la serie audiovisual *De Mentees*, producido por el canal Zoom<sup>4</sup>, donde explican su formato y la duración, entre otros aspectos, permitieron articular la realización de 29 capítulos de media hora (116 microprogramas de 6 minutos aproximadamente cada uno), producidos por los centros de producción audiovisual de 32 instituciones de educación superior en 16 ciudades colombianas. Experiencias como la de *DeMentes*, dan cuenta de la importancia de establecer un Libro de Estilo para definir los aspectos y requerimientos técnicos que permitan producir contenido de alta calidad en formatos y

---

<sup>4</sup> Manual de estilo de la serie *De Mentees* (2011). Tomado el 20 de octubre de 2016 de la página web: <https://goo.gl/1E6Sk6>



microrelatos de gran aceptación, preservando ante todo el rigor periodístico y dotando de un valor estético único a los audiovisuales realizados bajo estos criterios.

Sumado a esto, se encuentra la necesidad de generar una guía estructural y política de difusión en las redes sociales de todos los contenidos audiovisuales del programa, con el fin de potenciar los esfuerzos y ganar el mayor número espacios de difusión y seguidores de las producciones de *Vía Universitaria*.

Ambos elementos, tanto el Libro de Estilo como el Protocolo de Redes Sociales, son necesarios para lograr unificar y organizar los procesos de realización y difusión de un proyecto audiovisual con más de 13 años de existencia, como es el caso de *Vía Universitaria*.

## 2.3. REFERENTES TEÓRICOS

### Televisión y Universidad

La filóloga Sonia Núñez Puente, expresa que la televisión es un arte popular y la forma más conocida de narración del siglo; a veces no sólo nos sirve como entretenimiento, sino que nos produce un cúmulo de emociones y sensaciones que nos transportan a una realidad paralela o nos muestran a modo de espejo nuestra vida cotidiana reflejando nuestras costumbres (Núñez, 2005). Pero como lo afirman los docentes Justo Villafañe y Norberto Mínguez en su libro Principios de Teoría General de la Imagen “toda esta realidad de fácil acceso ha sido además filtrada, descontextualizada, reorganizada, y, sobre todo espectacularizada (...)”; sean sus mensajes inocentes o no, queda claro que la televisión hoy en día es un elemento cotidiano en la morada de gran parte de los habitantes, incluso, en los países menos desarrollados<sup>5</sup>; porque la televisión y sus mensajes son partes vitales del organismo social<sup>6</sup>. Puesto que el verdadero poder de la televisión radica en que esta se convierte en el escenario de todos los procesos que pretenden comunicarse a la sociedad en general, desde la política hasta los negocios, incluyendo el deporte y el arte: La televisión enmarca el lenguaje de la comunicación social<sup>7</sup>.

La televisión como medio audiovisual es de gran importancia para la mayoría de los hogares colombianos (según un estudio del Dane contratado por la Comisión Nacional de Televisión, en Colombia para el 2009 había 15.000.331 televisores en Colombia), en este sentido, ha sido tomada desde muchos puntos de vista como una fuente de información y, a su vez, ha sido catalogada como una herramienta de estudio por el influjo de sus contenidos y mensajes en los televidentes. Pero estos mensajes muchas veces no son inocuos e inocentes, sino que por el

---

<sup>5</sup> Villafañe, Justo & Mínguez Norberto. principios de Teoría General de la Imagen. Ediciones pirámide. 2009.

<sup>6</sup> Orozco, Guillermo & Alcocer, Martha. Hacia una lectura crítica de los medios. México. 2005

<sup>7</sup> Castells, Manuel. El surgimiento de las redes. Blackwell Publishers.1996.

contrario, buscan inducir ciertas conductas, estereotipos e incluso idealismos. Como se afirma en el texto *La mujer en los medios de comunicación*. “Los medios de comunicación, de manera global, actúan generalmente como elemento uniformador de la opinión de la población, influyendo en las pautas de conducta colectivas”.<sup>8</sup> Debido a la baja selectividad del receptor y el alcance masivo del medio son causas que inciden en la homogenización de ideologías.<sup>9</sup> Una propuesta para contrastar este panorama es la televisión universitaria, ya que como lo afirma Jimena Prieto y Mauricio Rodríguez<sup>10</sup>, un programa de televisión universitaria busca mostrar los procesos académicos, sociales y culturales que se tejen dentro de la casa de estudios, buscando ser fuentes de educación para el público. También desde la universidad se debe fomentar la construcción de ciudadanía desde el ejercicio del análisis crítico de la información. Y una excelente manera de realizar dicho proceso es a través de un programa de televisión universitaria, que no cumple con la agenda de otros medios, sino que tiene su propia agenda.

En el caso de la Universidad Surcolombiana, más allá de buscar fomentar el análisis crítico de la información, surge con el fin de hacer parte a la comunidad de estos procesos, llevando la universidad fuera del recinto donde los alumnos se limitan a generar procesos muchas veces con bajos créditos académicos. El Canal Universitario Nacional ZOOM, en su semillero de ideas y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes<sup>11</sup>, dice que la televisión universitaria describe la producción y emisión de contenidos audiovisuales afines en los ámbitos de formación, investigación y proyección social de la educación superior. Allí resaltan la estructura social y humana que contiene la universidad y que la televisión universitaria ayuda a mostrar saberes, historias, personajes y estéticas que la congregan.

---

<sup>8</sup> Martínez, Joaquina, & De los Ríos, María José. *La mujer en los medios de comunicación*. Revista Comunicar. España.1997.

<sup>9</sup> Villafañe, Justo & Mínguez Norberto. *Principios de Teoría General de la Imagen*. Ediciones Pirámide. 2009.

<sup>10</sup> Prieto, Jimena & Rodríguez, Mauricio. *La televisión universitaria en Internet: el proyecto Unilatina TV*

<sup>11</sup> Canal universitario nacional ZOOM. *semillero de ideas y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes*

En este sentido Ignacio Aguaded y Yolanda Macías resaltan en su texto *'Televisión universitaria y servicio público'* el papel de la televisión universitaria y como esta puede desempeñar un importante papel para contrarrestar las propuestas de la televisión comercial que ofrece contenidos de “fácil captación para las audiencias”<sup>5</sup>, porque se intenta generar crítica del contexto. Es decir, se observe algún asunto desde una mirada académica.

También se resalta el aprendizaje no sólo del estudiante, en tanto productor, sino también de la persona que recibe la información, como lo explican los autores: “(...) a través de un canal de televisión, la universidad puede potenciar hacia el exterior su dimensión docente, aportando, no sólo en la formación de quienes pasaron por sus aulas, sino también de aquéllos que nunca tuvieron la posibilidad de vivirla” (Aguaded y Macías, 2008).

## **Libro de Estilo**

*“La misión de servicio público que la Ley encomienda a la Radio y Televisión de Andalucía subraya, entre sus principios rectores, el respeto al pluralismo y la objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones. Un LIBRO DE ESTILO no es nada más, ni nada menos, que una herramienta necesaria para cumplir mejor esta misión encomendada.”*

***Inicio del Libro de Estilo Canal Sur.***

Un Libro de Estilo es una guía para el debido tratamiento, creación y publicación de algún contenido generalmente periodístico (bien sea escrito, radial o televisivo) que un programa posee, para que se conozcan sus fundamentos y su lenguaje buscando una uniformidad en el estilo.

La bloguera y editora Mariana Eguara, dice que la aplicación de las normas de un Libro de Estilo dota al formato (escrito, radial o televisivo) de la aplicación de una determinada identidad que, además de facilitar la implementación, también favorecerá el acoplamiento del usuario.

En el Libro de Estilo de la Universidad Pedagógica de Argentina se explica que un Libro de Estilo no es un diccionario, tampoco es una camisa de fuerza para la realización de contenidos y mucho menos se pueden ver como un documento estático. Es simplemente el código interno de una redacción de cualquier organización informativa, que trata de unificar sistemas y formas expresivas con el fin de dar personalidad al propio medio.

Si bien son escasos los documentos que habla sobre cómo realizar manuales de estilo para televisión, hay ejemplos de proyectos galardonados con premios nacionales por sus apuestas audiovisuales innovadoras y de alto contenido informativo sin perder de vista los gustos del televidente, como lo son el Libro de Estilo de la Sub30 o el Manual General de Producción de Señal Colombia, el Manual de Estilo de la serie audiovisual “DeMentes” del canal ZOOM; que nos dan pautas para comenzar a realizar, organizar y estructurar la propuesta del proyecto Vía Universitaria.

## **Redes sociales, televisión y convergencia digital**

*“Lo central en la red más que transmitir información,  
es interactuar y comunicarse”*

*Manuell Castells. Comunicación y Poder.*

Twitter, Facebook y YouTube, son los principales canales de difusión del proyecto Vía Universitaria, por eso la importancia que tienen las redes sociales como canal de comunicación en este momento es enorme.

José Miguel Túñez López, profesor de Comunicación Organizacional y profesor titular de Producción de la Información en la Universidad de Santiago de Compostela (USC), y José Sixto García, investigador en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la USC en su texto *Las redes sociales en las estrategias de comunicación: del Prestige a Fukushima*, resaltan la manera de relacionarse y vincularse que tienen las redes sociales, su rapidez y cercanía con su entorno, y como poco a poco el lenguaje ha cambiado dentro de estas plataformas, ya que el discurso en la red debe ser pensado para dar la posibilidad de ser distribuidor, emisor y receptor, “(...) a través de Internet ha provocado la ruptura del esquema tradicional de comunicación lineal y su sustitución por modelos circulares o en racimo en los que cualquier individuo puede ser receptor, y emisor (o reemisor) a la vez”. Entonces vemos como se transforma la manera de narrar y presentar los contenidos debido a que debemos tener en cuenta que el éxito de las Redes Sociales, está dado por la capacidad que se tenga de llegar al usuario, masificar la información, poder compartirla y tener un dialogo con él.

Cada vez que llega un nuevo medio de comunicación se piensa que este acabará con el anterior; le pasó a la radio con la televisión y ahora a la televisión con el internet; sin embargo, la historia nos enseña que los viejos medios nunca mueren y ni siquiera desvanecen. Lo que muere son simplemente las herramientas que utilizamos para acceder al contenido de los medios (*Jenkins, 2008*). La posibilidad de que un contenido fluya por distintas plataformas es lo que podemos lograr hoy con esta cultura digital. Porque no es que los medios vayan a desaparecer cada vez que otro nuevo llegue, simplemente se reestructuran y reorganizan (*Castells, 1995*).

Uno de los éxitos que ha tenido *Vía Universitaria* es el poder llevar la audiencia de las redes sociales a los espacios de televisión, esto se debe a la llamada Convergencia que Henry Jenkins describe como el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias

mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir a casi cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento<sup>12</sup>.

El encanto que tiene esta convergencia es la posibilidad de tener la cercanía con los personajes e incluso con los realizadores del contenido que se emite, antiguamente este dialogo entre la audiencia-personaje era difícil de realizar, ahora la audiencia participa, comenta, comparte los contenidos que se tienen. Una investigación de la Universidad Distrital (2004) afirma que la tendencia a la convergencia está generando estructuras de interconexión entre los diversos medios tecno-comunicativos, entre ellos de manera predominante, Internet y televisión. Un claro ejemplo de esto son los distintos canales de televisión que ahora están 'online' permitiendo así al usuario obtener en un solo aparato (como lo sería el Computador y los dispositivos móviles) distintas plataformas, con el plus de tener la capacidad de interactuar con los contenidos.

A través de Facebook, Twitter e incluso YouTube, el proyecto invita a ver los programas en los distintos canales en los cuales aparece el contenido, esto es una manera de poder o bien pasar al usuario a una página donde se emita online el canal o la posibilidad de hacer migrar el usuario a la televisión. Como hablamos al inicio el miedo de que el Internet desplazara a la televisión, hoy día se ve opacado porque el Internet "incluye" a la televisión, tanto en la lógica del consumo como en la de la producción.<sup>13</sup> La capacidad de poder trabajar juntos ha sido el éxito de distintos programas y canales.

---

<sup>12</sup> Jenkis, Henry. Convergence Culture, la cultura de la convergencia en los medios de comunicación. 2008

<sup>13</sup> Jenkis, Henry. Convergence Culture, la cultura de la convergencia en los medios de comunicación. 2008

## 2.4. METODOLOGÍA

### Localización Física

El programa *Vía Universitaria* tiene sus oficinas ubicadas dentro de la Universidad Surcolombiana, en el cuarto piso del edificio de Bienestar Universitario, por las escaleras cerca de las Ágoras.

### Beneficiarios directos:

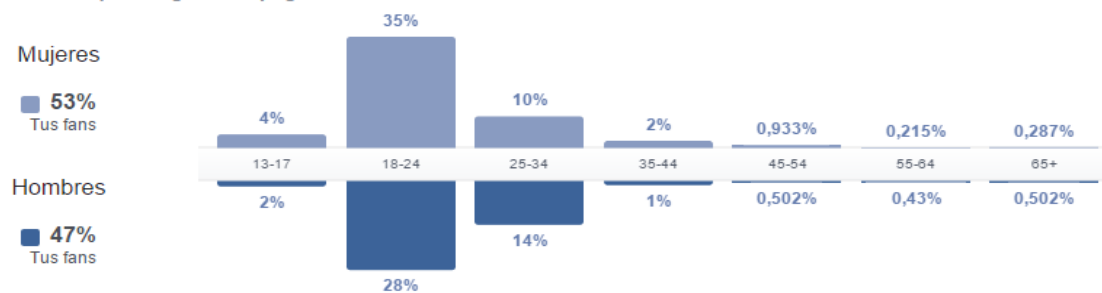
Los principales beneficiarios serán los estudiantes, docentes y administrativos, de la Universidad Surcolombiana, los beneficiarios secundarios son las personas a las cuales ven el programa por los distintos medios de difusión (YouTube, canales regionales, Facebook).

*Vía Universitaria* va dirigida a una población de hombres y mujeres entre los 16 y 35 años. Con base en las métricas que nos arrojan las redes sociales, particularmente las de Facebook, podemos determinar según las estadísticas en el cuadro número 1, que nuestra población más fuerte se encuentra en los rangos de edad de los 18 a 24 años, seguidos por los de 15 a 34 y, por último, de los 13 a 17 años.

### Cuadro N° 1

*Estadística de Facebook- Tomado de la Fanpage de Vía Universitaria*

Personas a las que les gusta tu página





En el cuadro número 2, podemos ver que si bien estamos dirigidos a la población Huilense<sup>14</sup> y si bien, en su mayoría son estos nuestros “fans” también hay de distintas regiones del país como Bogotá, Ibagué, Florencia, etc., e incluso del extranjero como México, España, Argentina, entre otros.

## Cuadro N° 2

### Estadísticas Facebook- Tomado de la Fanpage de Vía Universitaria

País	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Colombia	1365	Neiva, Huila, Colombia	1078	Español	1031
México	3	Bogotá, Colombia	72	Español (España)	295
España	3	Ibagué, Colombia	35	Inglés (Estados Unidos)	31
Argentina	3	Pitalito, Huila, Colombia	35	Inglés (Reino Unido)	12
Ecuador	3	Alto de Garzón, Huila	14	Portugués (Brasil)	12
Brasil	3	El Diamante, Valle del ...	11	Francés (Francia)	7
Estados Unidos de Am...	2	Florencia (Caquetá), C...	9	Alemán	3
Italia	2	La Plata (Huila), Huila, ...	9	Italiano	1
Perú	1	Garzón, Huila	8	Árabe	1
Costa Rica	1	Rivera (Huila), Huila, ...	8	Portugués (Portugal)	1
Panamá	1	Medellín, Colombia	5		
Egipto	1	Campoalegre, Huila, ...	5		
Venezuela	1	Algeciras (Huila), Huil...	4		

Activar  
Ir a Config

## Actividades y Tareas – Métodos y Técnicas de Trabajo

La pasantía estuvo enfocada en la creación del Libro de Estilo, los Modelos Audiovisuales del Programa y las Pautas para el Diseño de las Estrategias de Difusión, tanto en los canales de TV como en las redes sociales, también la Actualización del Proyecto de Vía Universitaria.

De esta manera los esfuerzos se centraron en:

### Preproducción:

<sup>14</sup> Basados en el diccionario digital lexicoon.org La definición de huilense en el diccionario castellano es natural de Huila. Otro significado de huilense en el diccionario es también perteneciente o relativo a este departamento de Colombia.

- Asistir al consejo de redacción donde se elegirán los temas a tratar.
- Aportar temas e ideas durante los consejos de redacción para enriquecer el proyecto.
- Adelantar la investigación periodística de los procesos que se desarrollan dentro de la universidad o qué genere la institución fuera de ella.
- Diseñar los cuestionarios y coordinar la agenda para la realización de las entrevistas.

### **Producción:**

- Realizar las grabaciones para las entrevistas que se designen.
- Producir las imágenes de apoyo de los programas designados.
- Presentar los programas que le designe el Consejo de Redacción.
- Grabar las locuciones que se requieran para los capítulos o informes que hagan uso de la voz en off.

### **Postproducción:**

- Adelantar un acompañamiento durante los procesos de edición de los programas.

### **Emisión y Difusión:**

- Difundir y promocionar los programas por los diferentes canales y plataformas digitales.
- Establecer alianzas para conseguir espacios de difusión en los canales comunitarios, locales y regionales de televisión abierta y cerrada.

## Actividades y Tareas

- Generar y crear el Libro de Estilo para el programa Vía Universitaria.
- Fortalecer los procesos de creación e implementación de los formatos establecidos para el programa Vía Universitaria.
- Generar e implementar formatos de préstamo de equipos y release para garantizar mayores controles.
- Diseñar una estrategia que contribuya a la promoción de los programas a través de las redes sociales.
- Aumentar el número de seguidores de los canales de distribución Online del programa *Vía Universitaria* mediante su divulgación en las redes sociales (YouTube, Facebook, Twitter).
- Realizar y preparar guiones, temas y equipos para la preproducción.
- Participar en la preproducción, producción y postproducción de los programas de Vía Universitaria.
- Establecer alianzas para la difusión del programa *Vía Universitaria* en otros medios o canales de TV comunitaria, local o regional de televisión abierta y cerrada.

## Impactos Esperados

“Crear y fortalecer medios de comunicación que al interior de la Universidad sirvan para opinar, informar, controvertir con argumentos racionales, o realizar cualquier ejercicio comunicativo orientado a contribuir en la construcción de la Institución”,<sup>15</sup> es uno de los principios formativos del Programa de Comunicación Social y Periodismo. Por lo anterior, espero con esta pasantía se haya podido hacer una buena contribución a la comunidad surcolombiana. En sintonía con esta labor se generó una estructura que le dio orden y estableció la línea audiovisual del programa *Vía Universitaria*, la cual no tenía otro fin que el de alcanzar los objetivos propuestos en esta pasantía. En síntesis, hacer que la comunidad universitaria encontrara a través un programa con un formato definido y con procesos claros, las herramientas de opinión y análisis que en ocasiones no percibía porque los detalles técnicos y de forma, distraían al televidente y alejaban del contenido de *Vía Universitaria*.

Finalmente, con este proceso se espera haber aportado las bases para que la comunidad académica se apropie del proyecto de televisión *Vía Universitaria* y vea esta iniciativa como un espacio para divulgar las noticias, las historias y las reflexiones que se suscitan en la región y el país.

---

<sup>15</sup> Universidad Surcolombiana, reseña histórica del Programa de Comunicación Social y Periodismo [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co)

## 2.5. CRONOGRAMA

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	DURACIÓN EN MESES							PRODUCTO
	M A R .	A B R .	M A Y O	A G O .	S E P .	O C T .	N O V .	
<b>ADMINISTRATIVO</b>								
Correcciones del ante-proyecto de Pasantía.	X							Proyecto de pasantía corregido
Proyecto de Vía Universitaria, donde se describa el qué hacer del programa, sus objetivos y actividades.	X	X						Proyecto de Vía Universitaria
Entrenamiento y vinculación de los practicantes (Tomar sus datos para la carnetización).	X	X						Practicantes con conocimientos básicos sobre la pre, post y producción del programa y carnetizados.
Creación del correo institucional de Vía Universitaria.	X							Correo institucional: <a href="mailto:viauniversitaria@usco.edu.co">viauniversitaria@usco.edu.co</a>
Creación de carpeta en Drive, que contenga todos los documentos de <i>Vía Universitaria</i> (Formatos,						X		3 Carpetas en Google Drive que contienen los formatos, los proyectos de Pasantía/Práctica, y los

proyectos de Pasantía y de practica, documentos del programa).								documentos del programa
Construcción e implementación del libro de estilo.	X	X	X	X	X	X		Libro de estilo.
Creación y uso de distintos formatos para la realización de los programas.	X	X				X		-Release (formato de autorización de testimonio) -Formato de entrega de los programas. -Guión técnico. -Guión Literario. -Formato de uso y manejo de los equipos.
<b>CANALES</b>								
Gestión ejecutiva para abrir espacios de difusión gratuita en los canales locales.		X		X	X			Convenios con canales locales.
Producción ejecutiva.	X	X	X	X	X	X	X	Directorio detallado con los datos de contacto de las fuentes e invitados al programa <i>Vía Universitaria</i> (nombres completos, cargos, números de teléfono fijo o celular y correo electrónico).
Producción y postproducción audiovisual.	X	X	X	X	X	X	X	7 programas.
Entrega de programas a los		X	X	X	X	X	X	Emisión de los programas de

canales: Ntv, Alfasurt de Pitalito, Voragine de Rivera, TV Sur Neiva y TV Sur Garzón	X							Vía Universitaria.
<b>REDES</b>								
Promoción en las redes sociales de <i>Vía Universitaria</i> los programas realizados.	X	X	X	X	X	X	X	Reporte de publicación de promocionales, vídeos, fotografías y textos en Facebook, Twitter y YouTube.
Estrategias para la publicación en las redes sociales (Protocolo de redes).	X	X	X	X	X	X	X	Protocolo de redes.
Creación de un usuario en la aplicación para el manejo de redes Hootsuite			X					Usuario en la aplicación Hootsuite para el manejo de redes.

## **2.6. RESULTADOS CRONOGRAMA**

### **Administrativo.**

Durante el trabajo adelantado en el año 2015, tiempo en el que estuve vinculada como practicante al proyecto Vía Universitaria, se pudieron observar algunos vacíos e inconsistencias operativas de la propuesta audiovisual; no se tenía un proyecto actualizado que explicara qué es y cómo funciona el programa de televisión institucional (el último correspondía al año 2009); no había ningún tipo de formato que permitiera reglamentar y optimizar el uso de los equipos de Vía Universitaria. Con este panorama era claro que sería algo difícil producir sin una guía o una ayuda que atendiera a condiciones reales y actuales, para sacar adelante los desafíos que supone realizar un programa con altos estándares de calidad.

### **Intervención:**

El primer trabajo que se desarrolló fue el proyecto de Vía Universitaria, un documento que da cuenta sobre el qué hacer del producto comunicativo. Para la confección de este documento me valí de la guía para presentación de proyectos y actividades de proyección social código mi-pso-fo-01 versión 4 vigencia 2015. En este texto doy cuenta de, primero, qué es Vía Universitaria, y, segundo, a quienes va dirigida nuestra labor. El proyecto también carecía de cosas vitales como un correo institucional, herramienta fundamental para lograr no sólo credibilidad con la comunidad, sino también respaldo y conocimiento por parte de la misma alma mater.

En el Libro de Estilo, influidos por el tipo de formatos de la televisión universitaria que propuso en su momento Rostros y Rastros, de la Universidad del Valle, y Cali Hoy Crónicas, de la Universidad Santiago de Cali. También en el manejo de las notas un referente fue el programa de televisión La Sub 30, y para la conducción y



puesta en escena se tomó como referente la propuesta de Los Puros Criollos. Lo que se buscaba era nutrir y dotar con nuevos elementos la propuesta para lograr una nueva manera de narrar audiovisualmente. Este Libro de Estilo contiene de una manera minuciosa la forma de realizar un programa para el proyecto, desde el trabajo de campo, hasta la publicación en redes. Se logró establecer sus puntos efectuando el llamado ensayo-error.

También se implementó el uso de los formatos necesarios para regular el uso y préstamo de los equipos y hacer más eficientes las etapas de realización del programa; es así como se diseñaron e implementaron los formatos de:

**Parrilla o ruta de programación:** Esta lista se hace al inicio del semestre y lo que se busca con ella es tener un orden de los temas que se quieren tratar durante el semestre. Contiene la lista de los temas a emitir por orden cronológico, los nombres de los realizadores o encargados de su producción y las fechas en las que serán emitidos.

**Guión literario:** Es un documento que busca que el estudiante al tomar un tema, lo delimite, lo concrete y exponga de qué y cómo va a tratar su nota. Este documento se presenta al Consejo de Redacción como propuesta inicial y describe los posibles enfoques y el tratamiento periodístico a efectuar en el programa. Este formato contiene el tema central, los subtemas, el horizonte de expectativas, el asunto (tono), los objetivos, tanto generales como específicos, y las preguntas a los personajes.

**Guión técnico:** Es una guía para que el estudiante organice sus días y el lugar de grabación. Documento de contenido técnico sobre cómo se va a realizar el programa, donde van a ser las grabaciones (interior o exterior), detalle de los equipos (cámaras, micrófonos, trípode, etc), con sus respectivos abordaje periodísticos (bloques temáticos).

**Release:** Es un permiso de autorización para garantizar el uso de declaraciones (entrevistas), fotos, sonidos y locaciones, usado para blindar y proteger al proyecto y a la Universidad de cualquier posible demanda por derechos de autor, uso indebido de imagen y testimoniales.

**Formato de uso y manejo de los equipos:** Este formato se creó con el fin tener un mayor control de los equipos y hacer más eficiente su uso y préstamo a los practicantes/pasantes. Contiene una “salida”; es cuando el estudiante se lleva los implementos, tiene el nombre de las herramientas de producción que se lleva (micrófono, cámara, trípode, luz, etc.), la fecha y hora de inicio, el tipo de actividad, las observaciones del equipo (en qué condiciones el estudiante se lleva los equipos), y por último, la firma del alumno. Así mismo tiene una “entrada” que es llenada por el auxiliar; contiene la fecha y hora de entrega, las observaciones del estado en el cual llegan los equipos y la firma de quién recibe.

**Formato de entrega de programas:** Se usa para constatar la entrega física de los programas en una fecha y hora determinada en cada uno de los canales por donde se emite *Vía Universitaria*.

Se decidió crear una carpeta en Google Drive con toda la documentación relacionada para el normal desarrollo del programa *Vía Universitaria*. Drive permite a los usuarios almacenar de forma centralizada sus documentos y sincronizar estos archivos en todos sus dispositivos. Los archivos serán accesibles desde el navegador web<sup>16</sup>. Con el fin de tener no sólo estos documentos sino también los informes finales de los pasantes/practicantes para que se tengan como referente y no incurrir en el poco decoroso y poco profesional “copy page” de los informes anteriores, ya que es necesario que se tengan nuevas propuestas, y la revisión de estos documentos nutre de herramientas a los nuevos integrantes y facilita la creación de nuevos enfoques a los proyectos. De

---

<sup>16</sup> ¿Qué es Google Drive? Tomado el 7 de noviembre de 2016 del sitio web: <http://gapps.upaep.mx/inicio/googledocs/google-drive/que-es-google-drive>

esta manera a los nuevos estudiantes se les brindan las herramientas, las ayudas y sumergiéndolos en las dinámicas para que su experiencia sea lo más clara y efectiva posible. Adicionalmente, se hace un archivo digital de los procesos académicos de Vía Universitaria.

## **CANALES**

Desde el año 2015 *Vía Universitaria* emite por el canal Nación TV (NTV) un canal privado, el cual transmitía por una frecuencia del cable operador Claro, y según el número de abonados que registrar esta empresa, son 26.000 hogares en la ciudad de Neiva a los que les llega la propuesta de Vía Universitaria en dos emisiones semanales (original y repetición).

### ***Intervención:***

La meta desde el inicio de la pasantía fue ampliar la audiencia del programa y uno de los caminos para lograrlo fue la generación de convenios de mutuo acuerdo y beneficio entre Vía Universitaria y los canales de televisión cerrada, cable operadores distintos a Claro, quienes apoyaron esta iniciativa ofreciendo la emisión de manera gratuita del programa en diversos horarios durante la semana y a cambio el equipo de Vía Universitaria invitaba a más usuarios a seguir dichos canales por las redes sociales y las frecuencias respectivas de cada cable operador. Estos canales fueron:

### **TV SUR**

Es un canal regional que tiene sede en Neiva y en Garzón, en TV Sur Neiva hay 3.902 usuarios activos; emiten el programa originalmente los días martes a las 8:30 pm, con repetición los jueves a las 8:30 pm. En Garzón emiten el programa solamente los viernes a las 7:00 pm, su número de abonados es de 1.200 hogares.

### **Alfasurt Fibra Óptica**

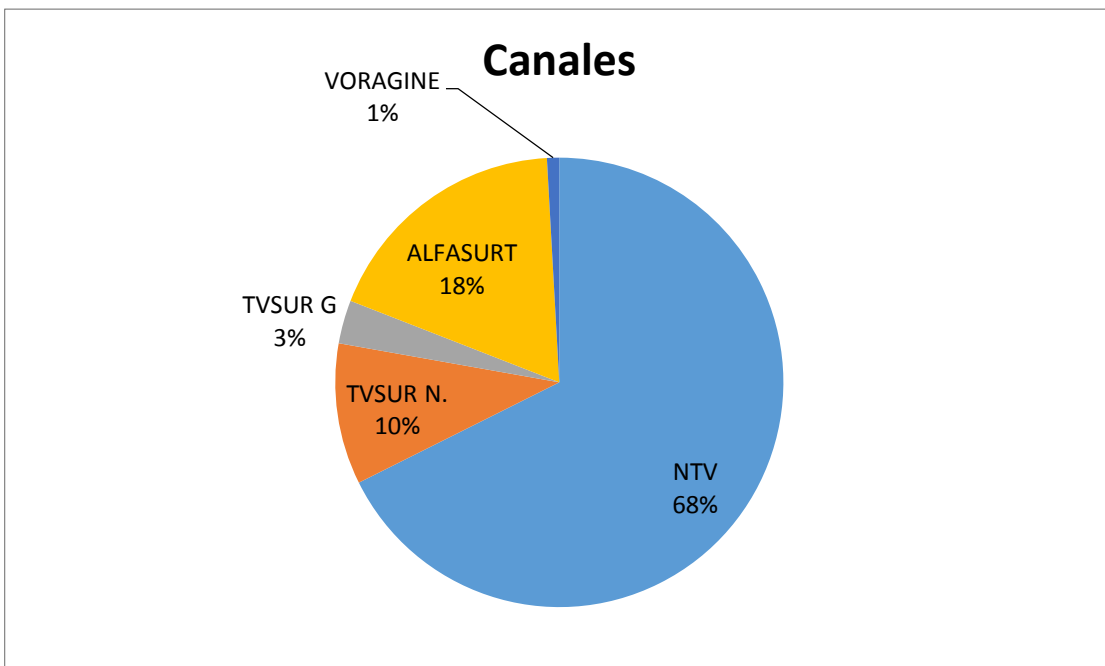
Es un canal de Pitalito, Huila, que tiene en promedio 7.000 abonados; en este canal emiten el programa cuatro días durante la semana, los lunes y miércoles a las 8:30 pm y los martes y viernes a las 9:30 am.

### **Vorágine Producciones TV**

En el municipio de Rivera, Huila, Vía Universitaria se emite originalmente los martes a las 9:30 pm, con repetición los jueves a las 7:00 pm; cuenta con 340 suscriptores.

### **Resultados:**

Hoy en día Vía Universitaria transmite en cuatro (4) nuevos canales de la región surcolombiana; suma un total de 11.242 nuevos hogares en todo el departamento del Huila a los que la propuesta les llega en diversos horarios y días de la semana.



## Programas realizados durante la pasantía

Uno de los roles desempeñados como pasante fue el de apoyar las labores de producción, para el cual se realizaron distintos capítulos. A continuación los detalles de esta labor:

N°	NOMBRE	TEMA	ALCANCE EN REDES
1	Violencia de género: El peor Maltrato es el silencio.  <a href="https://goo.gl/tq2yth">https://goo.gl/tq2yth</a>	Dar a conocer las propuestas para reducir la violencia de género, a través de una entrevista a profundidad a las expertas en el tema, Martha Sofía Torres (Consejo Comunitario de Mujeres) y Erika Marcela Tinoco Rivera (Casa de la memoria), conociendo sus experiencias y la labor que vienen ejerciendo en contra de la violencia contra las mujeres	<b>Facebook:</b> <sup>17</sup> 1.156 reproducciones 10 me gusta  <b>YouTube:</b> 61 vistas 0 Me gusta
2	Madre Universitaria:  <a href="https://goo.gl/0GQ6bg">https://goo.gl/0GQ6bg</a>	El programa mostrará las dinámicas de las madres de la universidad Surcolombiana, busca sensibilizar a la comunidad universitaria sobre las necesidades que tiene una mujer con hijos. Conocer las dificultades y fortalezas que viven	<b>Facebook:</b> 75 Me gusta 8.440 reproducciones  <b>YouTube:</b>

<sup>17</sup> Para esta medición se tomó la publicación en Facebook que más interacción tuvo.

		las madres universitarias; comprender sus dinámicas, saber qué oportunidades le ofrece la universidad, comprender en qué contexto se desenvuelve.	247 vistas, 4 me gusta, un comentario
3	40 años educación Física: <a href="https://goo.gl/l32HpQ">https://goo.gl/l32HpQ</a>	Con motivo de la celebración de los 40 años del Programa de Licenciatura en Educación Física, Recreación y Deportes, <i>Vía Universitaria</i> decidió contar acerca de su historia, logros y principales impactos en la región	<b>Facebook:</b> 69 Me gusta · 6.950 reproducciones  <b>YouTube:</b> 254 vistas. 4 Me gusta, 1 no me gusta.
4	USCO Saludable:	Un programa de alimentación saludable de la Universidad Surcolombiana que se preocupa por la salud alimenticia de los estudiantes.	<b>YouTube:</b>  Hubo problemas a la hora de subirlo.
5	Pertinencia USCO: <a href="https://goo.gl/1efDE9">https://goo.gl/1efDE9</a>	En este programa conocemos cuál es el perfil de un egresado Surcolombiano, cuál es su plus y sus características más representativas.  Nuestro presentador en un dialogo con Nelson López Jiménez, Director Grupo de Investigación PACA y Benjamín Alarcón Yustres, Director General de Currículo, hablan sobre el egresado de la Universidad	<b>Facebook:</b> 3 Me gusta 509 reproducciones  <b>YouTube:</b> 30 vistas 1 me gusta

		Surcolombiana.	
6	Academia y Paz: <a href="https://goo.gl/AsO1Vk">https://goo.gl/AsO1Vk</a>	Es un programa que habla sobre Cuáles son los actores que deben estar hablando de paz en Colombia y si es la academia un actor fundamental en esto.	<b>Facebook:</b> 6 Me gusta 1.030 reproducciones  <b>YouTube:</b> 34 vistas 0 me gusta
7	Estudiantes de bajos recursos: <a href="http://bit.ly/2gKIWjr">http://bit.ly/2gKIWjr</a>	Algunos estudiantes de la Universidad Surcolombiana nos hablan sobre sus dificultades económicas y como hacen para lograr suplir sus necesidades académicas y personales.	<b>Facebook:</b> 6 Me gusta 1.030 reproducciones  <b>YouTube:</b> 213 vistas 5 me gusta 1 no me gusta

Según lo anterior podemos observar que los programas en los cuales los estudiantes se sientan identificados como Madre Universitaria, o 40 años Educación Física, son los más llamativos porque tocan vivencias y momentos importantes en los estudiantes y la comunidad en general.

Dentro de la producción de contenidos en el año 2016 se realizaron dos cambios que generaron un gran impacto en el programa; el primero, fue lograr revisar el programa por el coordinador o asesor, antes que se llevara al canal, esto hace que se pueda revisar el discurso periodístico y la narración audiovisual, antes el programa era aprobado por el criterio del estudiante y el editor; desde que un tercero revisa el programa se ve una percepción distinta y se mejora el producto.

El segundo cambio fue el presentador. Como dice Bernardo Loyola “el presentador es clave para saber a qué audiencias queremos llegar”; con el cambio de presentador se volvió más ameno el programa, ya que el carisma y jocosidad de Diego Vega, han sido de gran impacto para el programa. Antes los estudiantes se mostraban apáticos frente las cámaras debido a su inexperiencia y poco gusto por la presentación; ahora a la comunidad le gusta más la forma fresca y juvenil del presentar y ha sido bien recibido en redes.

## **REDES SOCIALES**

Las redes sociales en el proyecto *Vía Universitaria* tenían muy poco flujo de contenido. Se publicaba en Facebook al igual que en Twitter una vez a la semana, (Cuando se emitía el programa) las publicaciones se hacían según el criterio del estudiante y con cada uno de ellos se creaba un nuevo perfil, porque se perdía la continuidad y las claves de los perfiles en el proceso de cambio semestral de los practicantes.

En el año 2015 el perfil de Facebook contaba con 1.652 amigos, la Fanpage tenía 518, Twitter contaba con 78 seguidores y YouTube tenía 87 suscriptores.

### **Intervención:**

El tiempo que se le destina a las redes sociales es vital, ya que es el último proceso de la realización de un programa; la difusión es importante porque mediante ésta podemos conocer (al menos en redes sociales) si el programa gustó o no (cabe recordar que en el Huila los estudios de audiencias no se realizan para medir a la televisión como medio de gran penetración).

Durante el proceso de pasantía se buscó que las redes tuviesen un mismo lenguaje bien sean usadas por el auxiliar, por el pasante o por los practicantes, se creó una estructura para publicar en las redes sociales; mediante un proceso de



ensayo y error paulatina se fue implementando el Protocolo de Redes Sociales. De esta experiencia se tomaron los aspectos que resultaban útiles y se desecharon las que no.

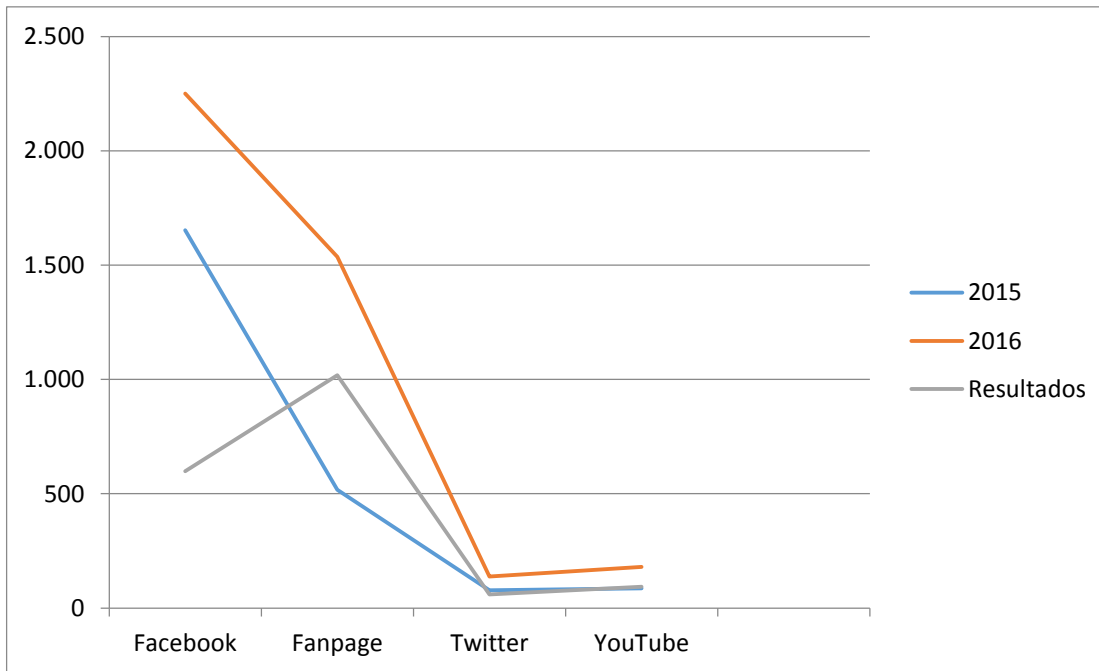
Se tomaron distintos referentes para la creación del Protocolo de Redes, como lo fue una guía de difusión y divulgación en las redes que desarrolló la Universidad de Nebrija en España. Este documento señala las medidas oficiales de las imágenes para cada red social y brinda ejemplos del manejo en redes como la fan-page del FNPI.

Para tener mayor control y dinamizar una política de publicaciones periódicas en horas y días específicos, se creó un usuario con la aplicación Hootsuite (versión gratuita), que básicamente permite realizar una programación de contenidos para que se publiquen durante la semana; es decir, el estudiante en un día realiza la programación de toda la semana y esto ayuda a optimizar los tiempos de navegación y los horarios de trabajo administrando las redes sociales.

### **Resultados:**

A continuación se hará una relación de los usuarios o seguidores de las redes sociales en los últimos dos años. Los datos fueron tomados el día 23 de noviembre de 2016. El perfil de Facebook ahora tiene 2.250 amigos, la Fanpage 1.537, Twitter 138 seguidores y YouTube 180 suscriptores.

<b>RED SOCIAL</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>Total Nuevos Usuarios</b>	<b>Porcentaje de Crecimiento</b>
<b><i>Facebook</i></b>	1.652	2.250	598	26,6 %
<b><i>Fanpage</i></b>	518	1.537	1.019	66,3 %
<b><i>Twitter</i></b>	78	138	60	43,5 %
<b><i>YouTube</i></b>	87	180	93	51,7 %
<b><i>Total</i></b>	<b>2.335</b>	<b>4.105</b>	<b>1.770</b>	<b>43.1 %</b>



Con la aplicación del protocolo de redes pudo lograr un porcentaje de crecimiento de alrededor del 43% la red que más seguidores aumentó fue la Fanpage, seguido del perfil de Facebook, YouTube y por último Twitter.

## RESULTADOS OBJETIVOS

CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS
<b>GENERAL</b>
Intervenir el modelo de realización audiovisual del programa Vía Universitaria, a partir de una reingeniería en todas las etapas de la realización (preproducción, producción, postproducción y difusión), contemplando ámbitos técnicos, creativos, periodísticos y organizacionales (administrativos), que permitan renovar y optimizar ésta propuesta

audiovisual.		
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>PRODUCTO O IMPACTO ESPERADO</b>
Elaborar un (1) Libro de Estilo para la realización audiovisual del programa.	Revisión de libros de estilo que sirven de guía para el libro de estilo del proyecto.  Propuestas de contenido para el libro de Vía.	Un libro de estilo
Realizar tres (3) programas piloto que sirvan como modelo y den cuenta de los posibles abordajes audiovisuales, pasando por lo técnico, lo conceptual y lo editorial – Periodístico, que tendrían cabida en el formato de Vía Universitaria.	Producción ejecutiva.  Producción audiovisual  Edición	De los 7 programas que realicé durante mi proceso de pasantía, tomé tres (3) como ejemplo para la realización de los programas estos son:  - Pertinencia egresados - Madre Universitaria -Dificultades económicas estudiantes USCO.
Establecer las pautas para la promoción y difusión del programa <i>Vía Universitaria</i> en los canales de TV.	Contactar con los directores de los canales para conocer dar a conocer nuestras propuestas para la difusión, y realizar las cartas de los convenios para los canales.	4 convenios con canales regionales de manera gratuita.

<p>Crear un protocolo de redes sociales para la difusión de los contenidos audiovisuales del programa en Facebook, Twitter y YouTube.</p>	<p>Probar distintas formas de difundir los contenidos. Leer algunos documentos que enriquezcan el conocimiento de las publicaciones en las redes.</p>	<p>Un protocolo de redes sociales.</p>
<p>Generar e implementar formatos de préstamo de equipos y release para garantizar mayores controles, evitar posibles demandas y aumentar la eficiencia en el uso de los equipos de producción.</p>	<p>Crear y ensayar con algunos formatos propios o de terceros y lograr estructurarlos para que se articulen al proyecto.</p>	<p>Seis (6) formatos para la producción de los programas del proyecto de televisión Vía Universitaria.</p>

Un resultado que a nivel personal me llena y alegra es el impacto que ha generado el cambio y la manera de abordar las temáticas, ya que es grande la conexión y cercanía que se ha llegado a tener con la comunidad académica, un ejemplo de esto es el programa Madre Universitaria, el promo de este tuvo 8.422 reproducciones en Facebook, 252 vistas en YouTube. Este programa significó tanto para las estudiantes que decidieron organizarse creando un perfil, para obtener alguna información y velar por sus derechos:



Captura de pantalla tomada el día 03 de noviembre de 2016 del perfil de Facebook Madres Universitarias USCO: [www.facebook.com/heidy.araujo.58?ref=ts](https://www.facebook.com/heidy.araujo.58?ref=ts)

## CAPITULO III

### 3.1. CONCLUSIONES

Se realizaron cuatro (4) convenios con los canales TV Sur Neiva, TV Sur Garzón, Alfasurt Fibra Óptica de Pitalito y Vorágine de Rivera; de manera gratuita esto lleva a que el programa de televisión *Vía Universitaria* tenga una mayor cobertura a nivel regional.

El Libro de Estilo se creó con el fin de dar una guía a los estudiantes practicantes o pasantes e incluso a los nuevos auxiliares, coordinadores y asesores del proyecto para que se le dé continuidad al formato del proyecto *Vía Universitaria*. Y esto ha logrado desde la diversidad de ideas que proponen los estudiantes, tener un solo estilo para el programa.

La creación del Protocolo de Redes Sociales brinda herramientas a los estudiantes sobre cómo publicar en redes sociales y unificar el contenido que se maneja por distintos actores. Durante el año de implementación del Protocolo de Redes Sociales, se logró crecer en un 43% las redes del proyecto *Vía Universitaria*.

Realizar programas que toquen a nichos específicos, como la comunidad LGTBI, barras bravas, madres universitarias, promoción de los programas de pregado al interior de la Universidad (por ejemplo, 40 años del Programa de Educación Física) tiene un gran impacto en la comunidad y esto hace que sea más visto y llamativo para ciertos sectores y nichos naturales de audiencias.

### 3.2. RECOMENDACIONES

Durante el desarrollo de esta pasantía logré identificar una serie de aspectos que a modo de recomendaciones quiero dejar plasmadas a continuación:

1. El proyecto *Vía Universitaria* debería tener más recursos técnicos. A la hora de producir, los estudiantes se ven limitados porque sólo se cuenta con una cámara, no hay trípode (el que se tiene lo dio en calidad de préstamo un pasante y en cualquier momento se lo pueden llevar) y un juego de micrófonos inalámbricos para tres productores audiovisuales que en ocasiones solicitan equipos de manera simultánea; esto hace que en ocasiones colapse el proceso de producción.
2. Creo que el proyecto debe contar con dos auxiliares que se roten las labores de acompañamiento en edición y grabación; actualmente, el editor tiene que suspender su trabajo para ayudar a los estudiantes en labores de producción y esto retrasa las entregas de los programas al canal, por ende es necesario tener una persona que lo apoye cuando el estudiante practicante requiera de su ayuda.
3. Es importante vincular a estudiantes, bien sean Practicantes o Pasantes, con un conocimiento medio sobre la producción audiovisual; cuando un estudiante no conoce ni tiene un buen proceso de formación en el desarrollado de las dinámicas propias de la realización de televisión, los procesos se vuelven lentos y la calidad de los programas se ve afectada.
4. En el proceso de vinculación de cualquier Practicante o Pasante se debe tener especial cuidado en incluir gente con conocimiento o disposición para aprender a manejar las redes sociales, si bien el apoyo del auxiliar es constante, el estudiante debe tener disposición para realizar por sí mismo la

promoción del programa; el manejo de las redes sociales en el proyecto demanda mínimo cuatro horas diarias para hacer una presencia efectiva On-line e intervenir las redes de vez en cuando, como ha ocurrido, no garantiza un crecimiento consolidado y sostenido en el tiempo del programa en las redes sociales.





5. Se deberían explorar e implementar más formatos, como por ejemplo el documental, que podría ser un gran aporte no sólo visual o estético sino también periodístico.



### c. BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, Pierre. Sobre la televisión. Ed. Anagrama. Barcelona. (1997)
- Barbero, Jesús Martín. De los Medios a las Mediaciones. Barcelona, 1987.
- Carmen Ayvar. Conoce el tamaño adecuado de tus imágenes para ser un éxito en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y Pinterest, (24/1/2016). [www.webspacio.com](http://www.webspacio.com)
- Cardoso, Luz Viviana. Informe de Práctica Profesional II en Vía Universitaria, Neiva-Huila,( 2013).
- Castells, Manuel. El surgimiento de la sociedad de redes. Blackwell Publishers, (1996)
- De los Ríos, M° José & Martínez, Joaquina. La mujer en los medios de comunicación, Revista COMUNICAR . (1997).
- Eguaras, Mariana, (2014) Manual de estilo: ¿por qué estandarizar y armonizar criterios? <http://marianaeguaras.com>
- Hernández, Fernando & Reyes, Uribe. Revista científica Universidad Javeriana, Signo y Pensamiento, Prácticas de producción audiovisual universitaria reflejadas en los trabajos presentados en la muestra audiovisual universitaria Ventanas. (2005-2009).
- Instructivo semillero de ideas y proyectos ZOOM. Semillero de ideas y proyectos de televisión universitaria y medios convergentes.
- Jenkins, Henry. Convergence Culture, la cultura de la convergencia en los medios de comunicación. PAIDÓS. (2008).
- Libro de estilo, canal sur. (2010) <http://www.canalsur.es/>
- Libro de estilo magazine la SUB30.
- Libro de estilo, Universidad Pedagógica de Argentina. Tomado el día 05/04/2016 <http://unipe.edu.ar/>
- Macías, Yolanda & Agüaded, Ignacio. Televisión universitaria y servicio público, Revista Comunicar, nº 31, v. XVI, Revista Científica de Educomunicación. (2008).





- Núñez, Sonia. Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio, *revistacomunicar.com* – Artículo.(2005).
- Orozco, Guillermo & Alcocer, Martha. Hacia una lectura crítica de los medios. México. (2005).
- Prieto, Jimena & Rodríguez, Mauricio. La televisión universitaria en Internet: el proyecto Unilatina TV
- Túnnez, Miguel & García, José. Las redes sociales en las estrategias de comunicación: del Prestige a Fukushima, Universidad de Santiago de Compostela. (2012).
- Universidad Central, Televisión y Convergencia Digital, Bogotá-Colombia. (2005).
- Universidad Surcolombiana. Acuerdo 030, Política de Comunicaciones. Neiva, 2013.
- Universidad Pedagógica, Manual de estilo (2012). Buenos Aires <http://unipe.edu.ar/>
- Universidad de Nebrija. una guía de difusión y divulgación en las redes sociales.
- Valencia, María Adelaida. Informe Final: Pasantía supervisada para grado producción de contenidos y posicionamiento del programa de televisión “Via Universitaria”. Neiva-Huila. (2015).
- Villafañe, Justo & Mínguez Norberto. principios de Teoría General de la Imagen. Ediciones pirámide. (2009).
- Williams, Raymond, Televisión: Tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós, 2011

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>						  
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>1 de 16</b>

### INFORMACION DEL PROYECTO

<b>*Título del proyecto</b>						<b><sup>1</sup>Código</b>		
VÍA UNIVERSITARIA								
<b>*Área de trabajo</b>		TIC						
<b>*Coordinador</b>		Erinso Yarid Díaz Rodríguez			<b>*C.C</b>		7718948	
<b>*Correo electrónico</b>		erinsoyarid@gmail.com			<b>*Teléfono fijo y móvil</b>		3188753328	
<b>*Facultad/Unidad</b>		Ciencias Sociales y Humanas			<b>*Programa</b>		Comunicación Social y Periodismo	
<b>*Fecha inicio</b>		15/02/2016	<b>*Fecha final</b>		30/12/2016	<b>*Duración</b>		10 meses 15 días
<b>Lugar de ejecución del proyecto</b>			<b>*Ciudad</b>		Neiva		<b>*Departamento</b>	Huila
<b>*Descriptor / Palabras claves</b>			Televisión Universitaria					
<i>Tipo de Proyección Social (MARQUE CON UNA X el que se adecue al desarrollo del proyecto).</i>								
<b>Solidaria<sup>2</sup></b>		<b>Remunerada<sup>3</sup></b>			<b>Servicios Docente- Asistenciales<sup>4</sup></b>			
<b>Responsabilidad Social Universitaria:</b>		<b>Servicios Tecnológicos:</b>			<b>Consultorios/ Clínicas:</b>			
Cooperación internacional		Laboratorios			Consultorio de salud humana			
Macroproyectos		Pruebas de ensayo			Consultorio de salud animal			
Intervención social		I+D bajo demanda			Consultorio jurídico			
Proyectos solidarios		Transferencia de tecnología			Consultorio psicológico			
Prácticas y pasantías Universitarias		Gestión de propiedad intelectual			Clínica jurídica			
Convenios Institucionales		Gestión del conocimiento			Servicio social			
Voluntariado		Gestión de procesos de innovación						
		Vigilancia tecnológica						
		Inteligencia de mercados						
		Inteligencia competitiva						
		Producción audiovisual y radiofónica por encargo			X			
		Diplomados						
		Seminarios - talleres						
		Conferencias - congresos						
		Consultorías						
		Asesorías						
		Interventorías						
		Veedurías						
		Conceptos						
		Evaluaciones						
<b>*Docentes participantes</b>								

Nombre y apellidos	C.C.	Email	Teléfonos fijo y móvil	Área del conocimiento	Horas docentes		Rol
					Con descarga	Sin descarga	

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>						  
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSION</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>2 de 16</b>

Erinso Yarid Díaz	7718948	erinsoyarid@gmail.com	3188753328	Periodismo	Si		Coordinador
Andrés Mauricio Rivera	7708996	andresriveras@gmail.com	3004602013	Televisión	Si		Asesor

**\*Estudiantes participantes**

Nombre y apellidos	C.C./T.I	Email	Teléfonos fijo y móvil	Semestre	Área del conocimiento	Rol
María Angélica Riveros	1083901781	riverosangelica43@gmail.com	3102310196	8	Comunicación Audiovisual	Pasante
Diego Vega Silva	1075257330	diegovegato@gmail.com	316 6263310	8	Comunicación Audiovisual	Practicante
Jordan Bedoya	1075273729	nene_28082035@hotmail.com	3184624968	7	Comunicación Audiovisual	Practicante
Angie Ximena Silva	1077868009	angie_10silv@hotmail.com	3134301428	7	Comunicación Audiovisual	Practicante

**\*Egresados participantes**

Nombre y apellidos	C.C.	Email	Teléfonos fijo y móvil	Programa	Rol
Carlos Romero Cuellar	1075239681	camarocu12@yahoo.es	3164748131	Comunicación Social y Periodismo	Editor (Auxiliar / Contratista)

**1. IDENTIFICACIÓN DEL GRUPO**



<b>Nombre del Grupo</b>	
<b>Nombre del Semillero</b>	
<b>Línea ó área del conocimiento</b>	

**2. ENTIDAD PROPONENTE Y PARTICIPANTES (CONTRAPARTIDAS)**

<b>Nombre de la institución</b>		<b>NIT</b>	
<b>Responsable ó Contacto</b>		<b>C.C</b>	
<b>Dirección</b>		<b>Email</b>	
<b>Teléfonos</b>		<b>Fax</b>	
<b>Ciudad</b>		<b>Departamento</b>	

**Tipo de entidad:** (Marque con X):

Universidad Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	Universidad Privada	<input type="checkbox"/>	Entidad o Instituto Público	<input type="checkbox"/>	Empresa	<input type="checkbox"/>
Centro de Investigación Privado	<input type="checkbox"/>	Centro de Desarrollo Tecnológico	<input type="checkbox"/>	Centro Empresarial o Gremio	<input type="checkbox"/>	ONG	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>						
<b>Otras entidades (Contrapartida)</b>							
<b>Nombre de la institución</b>				<b>NIT</b>			
<b>Responsable ó Contacto</b>				<b>C.C</b>			
<b>Dirección</b>				<b>Email</b>			
<b>Teléfonos</b>				<b>Fax</b>			
<b>Ciudad</b>				<b>Departamento</b>			
<b>Tipo de entidad: (Marque con X):</b>							

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					  	
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>3 de 16</b>

Universidad Pública	<input checked="" type="checkbox"/>	Universidad Privada	<input type="checkbox"/>	Entidad o Instituto Público	<input type="checkbox"/>	Empresa	<input type="checkbox"/>
Centro de Investigación Privado	<input type="checkbox"/>	Centro de Desarrollo Tecnológico	<input type="checkbox"/>	Centro Empresarial o Gremio	<input type="checkbox"/>	ONG	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>						
<b>Financiación solicitada</b>							
Valor USCO nivel central						\$	
Valor Facultad						\$	
Valor entidad externa						\$	
Total						\$	
<b>Nombre de la convocatoria a la cual se presenta el proyecto:</b>							

### 3. COMPONENTES DEL PROYECTO

#### 3.1. RESUMEN


Vía Universitaria es un programa de Televisión Universitaria que se enmarca como un proyecto de proyección social para la Universidad Surcolombiana y la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas. Dadas sus características, cumple de manera adicional la función de espacio de práctica y pasantía profesional en el Programa de Comunicación Social y Periodismo

A lo largo de su existencia, el programa de Comunicación Social y Periodismo ha venido formando a los nuevos narradores de la cotidianidad de la región Surcolombiana. Y bajo esa premisa surge la necesidad de trascender las creaciones comunicativas audiovisuales al contexto de la ciudad y de la región. Las lógicas de reproducción, producción, post producción y emisión han venido apuntándole al mejoramiento de los procesos de auto reconocimiento.

Fortalecer un espacio de proyección Social, investigación y práctica profesional resulta inaplazable en la formación de Comunicadores Sociales y Periodistas, en una región de altas posibilidades narrativas. Pensar en una agenda propia que proponga los temas que los medios convencionales y desde luego eleve a la Universidad como fuente directa el acontecer regional es un valor agregado del proyecto.

Por lo tanto, este proyecto pretende consolidar un medio de comunicación audiovisual de la Universidad Surcolombiana, la Facultad de Ciencias Sociales Humanas y el Programa de Comunicación Social y Periodismo. Su propósito fundamental radica en construir opinión pública calificada desde la elaboración de productos comunicativos que estimulen una constante reflexión sobre la región.

*Vía Universitaria* se inscribe en los Macro-proyectos del Programa de Comunicación Social y Periodismo denominados: “creación de la unidad de medios” y “apropiación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación e incorporación a los procesos académicos”. En estos dos casos, el presente proyecto se articula considerablemente, debido a que en su naturaleza está la de ser un espacio audiovisual que contribuye a la creación de la Unidad De

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					  	
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>4 de 16</b>

Medios, y será un espacio de Práctica Profesional que formará adecuadamente a la comunidad académica en la narrativa de la realidad regional y local desde una perspectiva universitaria

### 3.2. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Para considerar este aspecto se deben abordar dos variables. La primera, es que la Universidad Surcolombiana tiene débiles espacios mediáticos que le permitan el diálogo con la realidad local y regional, en donde se evidencien, como estrategias de posicionamiento, los diversos procesos que se adelantan desde la academia, la investigación y la proyección social en pro de las necesidades del contexto. La segunda, es que el programa de Comunicación Social y Periodismo debe fortalecer los escenarios de práctica profesional en el área audiovisual para los estudiantes que han definido esta línea como su especialidad, garantizando unos mínimos técnicos y administrativos para poder llevar a cabo producciones de impacto local.



Por lo anterior, la población de la región no está cercana a los procesos que se realizan en la USCO y pueden limitar la imagen que hacen de esta sólo a las publicaciones que hacen los medios locales cuando la Universidad es protagonista de algún hecho que les responda a sus intereses de agenda, que pueden quedarse muy limitados a situaciones relacionadas con el orden público en el marco de manifestaciones de la comunidad universitaria respecto a distintas temáticas o problemáticas que les afecta.

En suma, para la Universidad Surcolombiana se hace necesario fortalecer las estrategias de divulgación de sus procesos, de relacionamiento con el contexto, para que se incida positivamente en el posicionamiento en la región, implantando una imagen favorable, como una casa de estudios acreditada con alta calidad para impartir y producir conocimiento con un claro compromiso local en su responsabilidad social.

### 3.3. JUSTIFICACIÓN

Vía Universitaria, es un programa de televisión Universitaria que desde 2006 lleva produciendo contenidos audiovisuales a la comunidad interna y externa de la Universidad Surcolombiana; una de las cualidades del proyecto *Vía Universitaria* es poder crear su agenda propia, con una producción local y con un lenguaje sencillo, también toma temáticas relevantes del alma mater y las visibiliza, así como analiza los procesos externos lo cuales calan o tocan a la universidad, realizando así uno procesos de visibilización no como los medios locales en su mayoría presentan sino una imagen acorde a las dinámicas que se desarrollan en la casa de estudios.

Este proyecto cuenta con la ventaja de ofrecer su producción audiovisual a nivel regional y nacional e internacional, ya que si bien se transmite por **Nacion TV** y esto facilita que los distintos municipios de la región, tiene su propio canal en **Youtube** para que el público interno y externo a la universidad, observen los procesos académicos, deportivos y culturales

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					  	
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>5 de 16</b>

que realizan en la casa de estudios, bajo sus tres ejes: proyección social, docencia e investigación.

*Vía Universitaria* ha hecho sus primeros aportes a los procesos de comunicación de la ciencia y la tecnología, en particular, a la socialización de los desarrollos de la investigación que se realiza por parte de la Universidad Surcolombiana entre públicos amplios de la región, el país y el mundo.

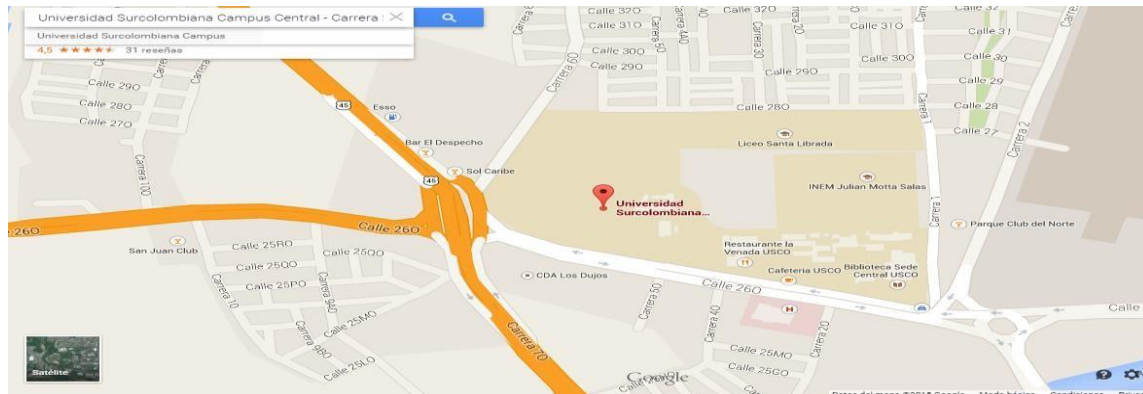
A la largo de su historia, ha emitido programas producto de investigaciones de investigadores y grupos de la institución en los diversos campos del conocimiento.

El tratamiento de hace desde un lenguaje promedio para que el público no académico pueda conocer los avances que la institución realiza en materia de investigación, docencia, y proyección social.

### 3.4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

#### 3.4.1. Localización física.

El programa *Vía Universitaria* tiene sus oficinas ubicadas dentro de la Universidad Surcolombiana, en el cuarto piso del Hall de Bienestar Universitario.



#### 3.4.2. Metodología (Actividades y Tareas – métodos y técnicas de trabajo).


El proyecto realiza semestralmente 18 capítulos y anualmente produce 36 capítulos. Esto se hace mediante los 3 procesos de realización de productos audiovisuales los cuales son:

##### Pre-Producción:

Asistir al comité editorial donde se elegirán los temas a tratar.

Aportar temas e ideas que nutran el proyecto.



	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					  	
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>6 de 16</b>

Investigación periodística de los procesos que se desarrollan dentro de la Universidad o que genere la universidad fuera de ella.  
 Elaboración de entrevistas.  
 Contactar a las personas por entrevistar.

**Producción:**

Realizar grabaciones de las entrevistas  
 Toma de imágenes de apoyo.  
 Presentar los programas  
 Grabar las locuciones que se requieran para los capítulos o informes que hagan uso de la voz en off.

**Post-Producción:**

Acompañamiento y edición de los programas.  
 Difusión de los programas por los diferentes canales y plataformas digitales.

**Actividades y Tareas**

- Contribuir en el posicionamiento de la Universidad Surcolombiana dentro de la región Surcolombiana.
- Aumentar el número de seguidores de los canales de distribución Online del programa Vía Universitaria mediante divulgación en las redes sociales, (YouTube, Facebook, Twitter)
- Realizar y preparar guiones, temas y equipos para la preproducción.
- Participar en la preproducción, producción y postproducción de los productos de Vía Universitaria.
- Producir semestralmente 18 programas de televisión.
- Aportar a la agenda pública temas que tengan impacto en la sociedad

**3.5. OBJETIVOS**

**3.5.1. General.**

Contribuir en el posicionamiento de la imagen de la Universidad Surcolombiana, en la región, realizando programas que aporten al ciudadano el conocimiento de las prácticas de la casa de estudio y la consciencia de temas relevantes que tocan a nuestra comunidad

**3.5.2.**

**Específicos.**

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					  	
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>7 de 16</b>

Visibilización de los procesos académicos, deportivos y culturales de la USCO a partir de narraciones audiovisuales.

Posicionar la imagen de la casa de estudios del Huila.

Generar reconocimiento e impacto en la comunidad externa e interna de la Universidad Surcolombiana.

Producir una agenda propia con temas relevantes para la comunidad.

### 3.6. CONTEXTO SOCIOECONÓMICO DE LA POBLACIÓN OBJETIVO.

#### 3.6.1. Beneficiarios y su caracterización (directos e indirectos).

Como Beneficiarios Directos del proyecto, destacamos los siguientes:

La Universidad Surcolombiana fortalece su Proyección Social y afianza su propósito de incorporar los relatos audiovisuales a su proyecto educativo.

Los principales beneficiarios serán los estudiantes, docentes y administrativos, en general del alma mater. quienes tendrán espacios claros y definidos de participación en el programa Vía Universitaria.

Estudiantes y Docentes de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, y su Programa de Comunicación Social, que logran crear un medio de comunicación digital como espacio de práctica profesional, con lo cual se afianza y potencia su proyecto educativo. El proyecto favorece la gestión hacia la Acreditación de Alta Calidad del Programa.

Habitantes del Huila y la región Surcolombiana con acceso a Internet que pueden consultar un medio de información gratuito, de alta calidad periodística, con pertinencia regional, con información contextualizada, independiente y verdadera..

Asimismo, de modo indirecto se benefician también del proyecto:

Personas e Instituciones a nivel nacional e internacional, interesados en temas de actualidad y problemáticas de la Región Surcolombiana.

Las personas que acceden por medio de redes sociales al medio periodístico audiovisual.

### 3.7. METAS / RESULTADOS / PRODUCTOS E IMPACTOS ESPERADOS.

#### 3.7.1. Metas programadas / Resultados esperados.

OBJETIVO ESPECIFICOS	METAS	PRODUCTO	IMPACTO ESPERADO
Visibilización de los procesos académicos, deportivos y culturales de la USCO a partir de narraciones audiovisuales.	36 programas audiovisuales con abordaje periodístico de diferentes procesos académicos investigativos y de proyección social de la USCO.	Registro de programas producidos, emitidos y con seguimiento a las emisiones.	Comunidad universitaria y comunidad regional con conocimiento de los procesos que adelanta la USCO.



## PROYECCIÓN SOCIAL

### GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL



<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>8 de 16</b>
---------------	---------------------	----------------	----------	-----------------	-------------	---------------	----------------

Generar reconocimiento e impacto en la comunidad externa e interna de la Universidad Surcolombiana	Aumento del 20% de seguidores en las redes sociales de Vía Universitaria. (respecto al 2015)	Aumento de seguidores en las redes sociales de Vía Universitaria. Invitaciones directas a Vía Universitaria para su presencia en actividades institucionales.	Comunidad universitaria y comunidad regional con conocimiento de los procesos que adelanta la USCO. Fortalecimiento de la imagen institucional de la USCO en la comunidad universitaria y en la comunidad en general.
Producir una agenda propia con temas relevantes para la comunidad.	36 programas audiovisuales con abordaje periodístico de diferentes procesos académicos y de proyección social de la USCO.	Registro de temas abordados en los programas producidos, emitidos y con seguimiento a las emisiones.	Abordaje periodístico con perspectiva de diferentes temas de interés regional.



### 3.7.2. Indicadores de Gestión.

**Indicador de eficacia:** grado en el que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados.

**Indicador de eficiencia:** relación entre los resultados alcanzados y los recursos utilizados.

**Indicador de efectividad:** medida del impacto de la gestión tanto en el logro de los resultados planificados como en el manejo de los recursos utilizados y disponibles.

NOMBRE INDICADOR	TIPO	FÓRMULA DE CÁLCULO	META	RESULTADO	ANÁLISIS
Producción de Programas	Eficacia	Número de programas planeados por número de programas producidos y emitidos	36 programas audiovisuales.		
Espacios de emisión de los programas	Eficiencia	Número de espacios de emisión (canales de TV) del 2015 sobre los espacios de emisión del 2016 (canales de TV)	2 alianzas adicionales al espacio contratado para la emisión del programa.		
Aumento del flujo de visitantes en las redes	Efectividad	Número de seguidores y visualizaciones 2016	20% de aumento respecto al año 2015.		

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					  	
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>9 de 16</b>

sociales.		respecto a los registrados en el 2015.			
-----------	--	--	--	--	--

### 3.8. ACTIVIDADES DE SOCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN.

Actividades/ campañas programadas, ponencias, conferencias, ferias, publicaciones en las que tiene previsto realizar la socialización y difusión de los resultados parciales y finales del proyecto.

### 3.9. CONSIDERACIONES ADICIONALES.

Se deben anexar las cartas de intención de las otras entidades participantes contempladas para el desarrollo del proyecto.

Cuando exista la participación de más de un grupo de investigación y/o Proyección Social en la ejecución del proyecto, es necesario que se establezca claramente cuáles serán las actividades a desarrollar por cada una de las partes, así como los compromisos adquiridos por cada una de ellas.

En el caso de que la temática propuesta o los resultados/productos del proyecto sean del interés del sector privado, se deberá propender por su participación activa en la ejecución del proyecto. Además se deberá presentar una propuesta de estrategia de transferencia de resultados/productos a los posibles beneficiarios.

### 3.10. CONTENIDOS ACADÉMICOS (Cuando se trate de Cursos, Diplomados, Talleres, Seminarios y/o Capacitaciones).

Se deberá detallar los módulos a desarrollar, intensidad horaria, fechas establecidas y docentes responsables con el micro diseño temático a trabajar.

## 4. CRONOGRAMA.

Indicar en meses, las actividades, responsables, productos y costos de cada actividad.



**PROYECCIÓN SOCIAL**

**GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL**



**CÓDIGO**

**MI-PSO-FO-01**

**VERSION**

**4**


**VIGENCIA**

**2015**

**Página**

**10 de 16**

Identificador de actividad.	Descripción de la actividad*	Fecha inicio	Fecha final	Costo (En Pesos)	Meses											
					Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic
<b>1.</b>	<b>Proceso Anual</b>	Febrero	Diciembre	\$50.64.125												
<b>1.1</b>	Actividad 1 Producción de Programas (Editor)	Febrero	Diciembre	\$21.916.125		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>1.2</b>	Actividad 2 Emisiones de Programas	Febrero	Diciembre	\$ 22.100.000		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>1.3</b>	Actividad 3 Salidas de Campo a trabajo de producción. (Neiva)	Febrero	Diciembre	\$2.520.000		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
<b>1.4</b>	Actividad 4 Visita a Sedes para producción de contenidos.	Febrero	Diciembre	\$3.528.000				X		X			X		X	
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												
				\$												

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b> <b>11 de 16</b>

## 5. PRESUPUESTO.

Presupuesto global de la propuesta por fuentes de financiación (en pesos \$).

### 5.1. Ingresos

Convocatorias internas	\$
Convocatorias nacionales e internacionales	\$
Convenios de cooperación	\$
Contrapartidas: (Deben tener un aval o respaldo en el que determine el aporte de recursos económicos, humanos o de bienes y servicios que realizara al proyecto.)	\$
Donaciones o comodatos	\$
Venta de servicios	\$
Otros	\$

### 5.2. Egresos

Rubros	Fuentes			Total
	USCO	Contrapartidas	Aportes Grupo	
Personal	\$21.916.125	\$	\$	\$21.916.125
Insumos y materiales	\$4.790.000	\$	\$	\$4.790.000
Trabajo de campo	\$6.048.000	\$	\$	\$6.048.000
Fotocopias, impresos y publicaciones	\$	\$	\$	\$
Equipos	\$300.000	\$	\$	\$300.000
Software	\$	\$	\$	\$
Recursos bibliográficos	\$	\$	\$	\$
Servicios técnicos y logísticos	\$	\$	\$	\$
Monitorías y Auxiliares	\$	\$	\$	\$
Presentación de ponencias en eventos	\$	\$	\$	\$

Memoria de cálculo (Sustentación de cada uno de los rubros de egresos.)

Personal.


Nombre de Docentes/ Expertos	Formación académica	Rol dentro del proyecto	Dedicación Horas/Semana		Total (\$)
			Con descarga	Sin descarga	
Carlos Romero Cuellar	Comunicador Social y Periodista	Editor		x	\$21.916.125
					\$
					\$
<b>Total:</b>					\$

**PROYECCIÓN SOCIAL****GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL****CÓDIGO****MI-PSO-FO-01****VERSIÓN****4****VIGENCIA****2015****Página****12 de 16**

Insumos y materiales.

Insumos y materiales*	Justificación	Valor (\$)
Disco Duro Externo 1Tb Toshiba. HDTB110XK3BA Canvio Basics USB 3.0/USB 2.0	Requerido para las actividades propias del proyecto	\$500.000
Memoria USB 36 GB	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$60.000
Memoria Compact Flash 36 GB	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$600.000
Micro SD Kingdton 64 GB Clase 10	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$400.000
DVD'S Virgen. Torre de 50 Unidades.	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$150.000
Baterías recargables AA (Paquete de 4 baterías).	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$80.000
Batería para Cámara Canon Eos 7D	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$400.000
Cargador para pilas recargables AA (Cuatro puestos).	Requerido para las actividades propias del proyecto	\$100.000
Carnets de presentación periodística	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$100.000
Chalecos periodísticos semi-impermeables.	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$500.000
Cargador para pilas recargables AA (Cuatro puestos).	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$100.000
Sala Modular - Sofá (Dos Poltronas y Mesa).	Requerido para las actividades propias del Proyecto	\$1.800.000
<b>Total</b>		<b>\$4.790.000</b>

\* Pueden agruparse por categorías, Ej: vidriería, reactivos, papelería, etc.

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>					
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b> <b>13 de 16</b>

Valoración trabajo de campo. (Salidas)

Item	Costo unitario	No. salidas	Total (\$)
Desplazamientos en el casco urbano del equipo de trabajo de <i>Vía Universitaria</i> - Semestre A y B/16, para la visibilización de proyectos locales adelantados en la institución y análisis de problemas relevantes en Neiva.	\$420.000	6	\$2.520.000
Desplazamiento a las Unidades Operativas de Garzón, Pitalito y La Plata del Coordinador y Auxiliar, con el fin de grabar programas de televisión para la visibilización de actividades en docencia, investigación y proyección social de la Universidad Surcolombiana.	\$882.000	4	\$3.528.000
<b>Total</b>			<b>\$6.048.000</b>

Fotocopias, impresos y publicaciones.

Tipo de servicio	Justificación	Total (\$)
		\$
		\$
		\$
<b>Total</b>		<b>\$</b>

Equipos. (Descripción del equipo que se planea adquirir)

Item	Justificación	Total (\$)
Monopodo profesional Cámara de 72 pulgadas.	Requerido para las actividades propias del proyecto	\$300.000
		\$
		\$
<b>Total</b>		<b>\$300.000</b>





Software. (Descripción del software que se planea adquirir)

Item	Justificación	Total (\$)
		\$
		\$
		\$
<b>Total</b>		<b>\$</b>

Recursos bibliográficos.

Item	Justificación	Valor (\$)
		\$
		\$
		\$



	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>					  	
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>14 de 16</b>

Total \$

Servicios técnicos y logísticos.

Servicio	Justificación	Total (\$)
		\$
		\$
		\$
<b>Total</b>		\$

Monitorias y Auxiliares.





Nombre de Estudiante	Semestre	Rol dentro del proyecto	Dedicación		Total (\$)
			Horas	Semanas	
					\$
					\$
					\$
<b>Total:</b>					\$

Presentación de ponencias en eventos.

Descripción	Total (\$)
	\$
<b>Total</b>	\$

Cuantificación de los equipos y servicios de uso propio al servicio del proyecto.

Equipo	Total (\$)
	\$
	\$
<b>Total</b>	\$

	<b>PROYECCIÓN SOCIAL</b>				  		
	<b>GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL</b>						
<b>CÓDIGO</b>	<b>MI-PSO-FO-01</b>	<b>VERSION</b>	<b>4</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2015</b>	<b>Página</b>	<b>15 de 16</b>

### ANEXO 1. Formato de hoja de vida

<b>HOJA DE VIDA (RESUMEN) DEL COORDINADOR DEL PROYECTO</b>			
IDENTIFICACIÓN DEL COORDINADOR PRINCIPAL O PARTICIPANTES DEL PROYECTO: favor diligenciar datos de identificación (nombre completo y cédula de ciudadanía) según constan en documento de identidad			
<b>Información General:</b>			
Apellidos:	DIAZ RODRÍGUEZ	Nombres:	ERINSO YARID
Documento Identidad:	7718948	Fecha de nacimiento:	17 OCTUBRE 1981
Nacionalidad:	COLOMBIANO	Correo electrónico:	<a href="mailto:erinsoyarid@gmail.com">erinsoyarid@gmail.com</a>
<b>Información laboral:</b>			
Entidad donde labora:	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA		
Cargo o posición actual:	DOCENTE TCO PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO		
<b>Información profesional:</b>			
Títulos académicos obtenidos (Área / disciplina, universidad, año).			
COMUNICADOR SOCIAL PERIODISTA – UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA – 2003			
ESPECIALISTA EN COMUNICACIÓN Y CREATIVIDAD PARA LA DOCENCIA – UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA – 2006			
MASTER EUROPEO EN ESTUDIOS LATINOAMERICANOS - UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID - 2011			
Campos de la ciencia y la tecnología en los cuales es experto.			
COMUNICACIÓN COMUNITARIA COMUNICACIÓN Y PARTICIPACIÓN CONFLICTO Y PROCESOS DE REPARACIÓN			
Cargos desempeñados (Tipo de posición, institución, fecha) en los últimos 5 años			
DOCENTE TCO ÁREA DE PERIODISMO UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA DESDE FEBRERO 15 DE 2016 – ACTUALMENTE			
ASESOR TÉCNICO DE TERRENO HUILA – PROYECTO ESCUELAS + PROTEGIDAS FUNDACION PLAN DESDE JUNIO 2015 - ACTUALMENTE			
DOCENTE CATEDRÁTICO PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA DESDE JUNIO DE 2012 - ACTUALMENTE			
COORDINADOR DE OPERACIÓN ZONAL CAQUETÁ HUILA – CAMPAÑA UNIDAD VÍCTIMAS MILLENIUM PHONE CENTER DESDE FEBRERO 2015 – JUNIO 2015			
PROFESIONAL DE REPARACIÓN INDIVIDUAL UNIDAD PARA LA ATENCIÓN Y REPARACIÓN INTEGRAL A LAS VÍCTIMAS DESDE JUNIO DE 2012 – FEBRERO 2015			
PROFESIONAL DE APOYO A PROCESOS DE INTERVENCIÓN OFICINA DE PROYECCIÓN SOCIAL UNIVERSIDAD CATOLICA DE URUGUAY DESDE JUNIO DE 2011 HASTA DICIEMBRE DE 2011			



## PROYECCIÓN SOCIAL

### GUÍA PARA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE PROYECCIÓN SOCIAL

**CÓDIGO**

**MI-PSO-FO-01**

**VERSIÓN**

**4**

**VIGENCIA**

**2015**

**Página**

**16 de 16**

ASISTENTE UNIDAD DE RECURSOS AUDIOVISUALES Y MULTIMEDIA  
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MADRID  
DESDE ENERO DE 2009 HASTA JUNIO DE 2011

Publicaciones recientes (Por lo menos las cinco publicaciones más importantes que haya hecho en los últimos cinco años).

Patentes, prototipos u otro tipo de productos tecnológicos, de intervención o reconocimiento social, o de investigación obtenidos en los últimos 5 años

## **LIBRO DE ESTILO VÍA UNIVERSITARIA**

- 1. RESUMEN**
- 2. OBJETIVOS**
  - a. General.
  - b. Específicos.
- 3. PRE-PRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN, Y POST- PRODUCCIÓN**
- 4. CONSEJO DE REDACCIÓN**
- 5. RECURSOS**
  - a. Técnicos
  - b. Realización
- 6. PROGRAMAS**
  - a. Programa temático.
  - b. Programa de estudio.
  - c. Crónica
- 7. PRESENTACIONES**
- 8. ASPECTOS VARIOS**
- 9. RIGOR PERIODÍSTICO**
- 10. RECURSOS TÉCNICOS DE POST-PRODUCCIÓN**
- 11. PERFIL DEL PRACTICANTE O PASANTE**

**Referencia:**

**Título propuesto:** *Vía Universitaria*

**Duración:** 28 minutos

**Frecuencia:** Semanal

**Número de capítulos:** 36

**Público objetivo:** Hombres y mujeres entre 16 y 35 años

**1. RESUMEN:**

*Vía Universitaria* es un programa de televisión de la Universidad Surcolombiana, el cual busca mostrar los procesos culturales, académicos y deportivos del alma mater, teniendo en cuenta sus tres ejes fundamentales: docencia, investigación y proyección social. También trae temas de contexto nacional para ser tocados con mirada académica.

En sus inicios este proyecto nace con fin de mostrar en la población que no estaba cercana a la academia los procesos que se realizan en la USCO; debido a la mala imagen que en esos momentos tenía la universidad, con ese principio seguimos realizando programas para lograr expresar a la comunidad surcolombiana las dinámicas de la Universidad.

**2. Objetivos:**

**a. General:**

Contribuir en el posicionamiento de la imagen de la Universidad Surcolombiana, en la región, realizando programas que aporten al ciudadano el conocimiento de las prácticas de la casa de estudio y la consciencia de temas relevantes que tocan a nuestra comunidad.

**b. Específicos:**

- Visibilizar los procesos académicos, deportivos y culturales de la USCO a partir de narraciones audiovisuales.
- Posicionar la imagen de la casa de estudios del Huila.
- Generar reconocimiento e impacto en la comunidad externa e interna de la Universidad Surcolombiana.
- Producir una agenda propia con temas relevantes para la comunidad.

**3. PREPRODUCCIÓN, PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN**

En el proceso de realización de un programa para *Vía Universitaria*, el productor debe tener en cuenta las siguientes fases de producción.

### **Preproducción:**

- Asistir al consejo de redacción donde se elegirán los temas a tratar.
- Aportar temas e ideas durante los consejos de redacción.
- Adelantar la investigación periodística de los procesos que se desarrollan dentro de la universidad o qué genere la institución fuera de ella.
- Diseñar los cuestionarios y coordinar la agenda para la realización de las entrevistas.

### **Producción:**

- Realizar las grabaciones para las entrevistas que se designen.
- Producir las imágenes de apoyo de los programas designados.
- Presentar los programas que le designe el consejo de redacción.
- Grabar las locuciones que se requieran para los capítulos o informes que hagan uso de la voz en off.

### **Postproducción:**

- Adelantar un acompañamiento durante los procesos de edición de los programas.

### **Emisión y Difusión:**

- Difundir y promocionar los programas por los diferentes canales y plataformas digitales.

## **4. CONSEJO DE REDACCIÓN**

El Consejo de Redacción, es fundamental para la realización del programa, en él se proponen las temáticas, se revisa el estado del programa. Se comenta el programa anterior, se dan observaciones y pasos a seguir. El consejo está constituido por:

- Coordinador del proyecto.
- Asesor de los practicante(s) y/o pasante
- Pasante/Practicante(s)

## **5. RECURSOS**

### **a. Técnicos:**

- La cámara de video a emplear debe ser profesional DSLR, REFLEX (EOS, 7D)
- El formato de grabación debe ser High Definition (HD)
- El audio debe ser capturado con lavalier o micrófonos de solapa cableados discretamente y tener principal cuidado en no sobremodularlo; a su vez, evitar el roce del micrófono con la ropa (chaquetas y demás prendas o telas que afecten o interfieran con la toma fiel del sonido del testimonio).

- Se debe tener precaución de no grabar con aires acondicionados encendidos o cerca de sus fuentes generadoras y demás maquinaria que emita sonidos estruendosos o agudos (aires acondicionados centrales o domésticos, motobombas, plantas eléctricas, taladros, etc.).
- El micrófono se debe esconder si la persona mira o está ladeado hacia la derecha el micrófono debe estar en la parte izquierda, el cable del micrófono no se debe ver por ningún motivo.
- Se debe repetir la toma de la declaración si al momento de la entrevista pasa un carro, camión, avión o un helicóptero que afecten el fiel registro del audio.
- Las imágenes no deben ser tomadas en contraluz, ni estar sobreexpuestas. Recomendamos una buena iluminación con luz central, focal y de separación. Para efectos institucionales, si el personaje no puede atender la entrevista en lugares al aire libre (exteriores), buscar elementos corporativos de fondo en los encuadres a los directivos entrevistados (banderas, pendones, logo símbolos, fachadas, etc.), que no se vean superpuestos y den una apariencia natural a la escenografía recreada.
- Los formatos para la exportación de los programas son en .MOV y en H264 (Mp4)

**b. Realización:**

- Durante las entrevistas, los planos son fijos y se recomponen con cada pregunta. Estos encuadres deben hacerse cuando los escenarios o el entorno no dan para realizar PG, que para el programa son los ideales, toda vez que reflejan el entorno del entrevistado (siempre se debe tener la proporción y las valoraciones estéticas de buena fotografía en cada composición visual).
- Los encuadres de las entrevistas deben hacerse con planos americanos, medios y planos medio cortos; en esta fase, se deben evitar los planos detalle o PP en las entrevistas, ese tipo de planos sólo se puede realizar en la elaboración de los imágenes de referencia (apoyos).
- Los planos cenitales, nadir, over the shoulder, contraplanos, son válidos en las producciones a dos o más cámaras y los relatos de crónicas o reportajes (previa concertación con el director/realizador).
- Realizar el mayor número de planos de referencia (apoyos) que sea posible, del personaje en cualquiera de sus facetas como estudiante, hijo, empleado, jefe de hogar, artista, investigador, etc.
- Si bien se puede utilizar material de archivo, se recomienda que en las imágenes de apoyo por lo menos en un 80% sea material nuevo.

- Los encuadres para las entrevistas deben realizarse con trípode y siempre justificadas a un lado (cumplir con la norma de los 30 grados). Sólo las tomas de seguimiento (travelling) o detalle para crónicas y relatos similares pueden ser a mano alzada (según disponga el director/realizador).
- En la post-producción una persona no debe durar más de 30 segundos hablando, y si es necesario que sea así a los 15 segundos se debe apoyar la entrevista.
- Las notas o bloques de cada programa deben tener mínimo tres (3) fuentes (Entrevistados)
- Cada nota debe durar mínimo de 4 a 4:30 minutos.
- Se le debe pedir a la persona que inicie su discurso respondiendo a la pregunta, Ejemplo: si la pregunta es ¿Qué piensa del aborto? La persona debe responder, yo opino del aborto es..., pienso que el aborto es.. El aborto para mí...

## **6. PROGRAMAS**

Los programas de Vía Universitaria, se caracterizan por ser de estilo Magazine, y por ende los programas están divididos por bloques, que separan un argumento del otro; son en total cinco segmentos, cuatro de ellos se refieren al tema grueso, y un quinto a una historia de vida o crónica.

Si bien son distintos los formatos de los programas, en lo posible, todos los programas deben tener un segmento de actualidad, un sondeo (ninguno de los dos se cuenta como una nota) y las presentaciones del programa. También debe primar en los programas el primer plano, plano medio, y plano americano en las entrevistas. Los planos generales y planos detalles se harán en las imágenes de apoyo. Se debe tener en cuenta dejar espacios para usar el LetterBox que acorta los planos.

Se recomienda que durante el mes, se deben tener 4 programas por lo consiguiente se debe producir de la siguiente manera al mes:

- Un programa de estudio.
- Un programa con el formato de la crónica.
- Dos programas temáticos

### **a. Programa temático:**

Este programa es el representativo de Vía Universitaria, se caracteriza por tener un tema específico y se fragmenta en 5 bloques, los cuales desarrollan el tema principal en diferentes lenguajes y miradas; cada uno de los segmentos es presentado por el conductor del programa, que da un contexto sobre el tema que se va a abordar.



Hay dos maneras de abordar los temas en este formato:

1. Con temas que salen desde la Universidad para la comunidad Surcolombiana; *ejemplo*: Investigación, Proyección Social, Docencia.
2. Temas que salen desde afuera para darle una mirada académica *ejemplo*: Proceso de Paz, Sika.
- 3.

### **Producción:**

La realización de este programa es estándar ya que como en todos los programas priman los primeros planos, planos medios, y planos americanos en las entrevistas. Los planos generales y planos detalles se usan en las imágenes de apoyo.

### **Ejemplo:**

**Madres universitarias:** Historias de vida de algunas madres universitarias, de la Universidad Surcolombiana; el cambio de sus dinámicas, sus retos y anhelos. <https://www.youtube.com/watch?v=8YjsDc2EQX0>

#### **b. Programa de estudio:**

El programa de estudio se caracteriza por tener dos o tres invitados en todo el programa (con sus respectivas imágenes de apoyo y notas) lo que se busca en este programa es profundizar en un tema con los invitados, mediante una entrevista amena, en la cual las experiencias enriquezcan y fortalezcan los contenidos del programa, mediante el conocimiento de la persona.

Los programas de set, están caracterizados por tener una locación que se singularice por su espacio para transmitir e identificar el programa. En el caso de *Vía Universitaria* hay 2 opciones al grabar dichos programas:

1. **Locación interna:** Este lugar es cerrado, lo compartimos con el Centro de Producción Audiovisual, donde tienen todos los implementos necesario para grabar el programa.
2. **Locación externa:** Este espacio es abierto y se puede grabar en cualquier lugar de la universidad.

**Entrevistas:** En el programa de estudio se debe preparar previamente, toda la entrevista ya que se realizará durante 28 minutos. Además el conductor del programa debe empaparse sobre el tema central del programa.

Para este programa es necesario tener una Checklist con los siguientes datos:

#### **Checklist programa de estudio**

- Cinta masking tape
- Cuerda

- Telón
- Rill de una hora en memoria
- Asientos
- Micrófonos
- Cámaras
- Luces
- Trípodes
- Maquillaje del presentador
- Presentación impresa
- Logo de Vía Impreso

**Invitados:**

Generalmente cuando se traen personas al estudio es porque tienen una historia que contar, tienen el rango de expertos o hacen reflexiones significativas sobre algún tema en específico.

- Ambas personas son expertas en el tema, pero tienen diferentes perspectivas
- Una persona tiene un conocimiento técnico y el otro empírico.
- Uno conoce el tema desde afuera, otro desde adentro.

**Producción:**

3 cámaras.

3 trípodes.

2 o 3 micrófonos (depende de la cantidad de invitados)

En cuanto a lo técnico en el programa de set se deben tener 3 cámaras, con sus respectivos trípodes y micrófonos, una de las cámaras en plano general, otra diagonal de izquierda (el punto de la cámara) a derecha (el del personaje) y por última otra donde la cámara esté a la derecha y grabe a la persona de la izquierda; estas cámaras se manejarán en primer plano y plano medio, dependiendo de la intervención.

Existe la posibilidad de tener en la realización del programa una cuarta cámara que tendrá planos adicionales, como una cenital, un gran plano general, o planos de escucha. Esto se hará para cubrir algún error o falla dentro de la grabación completa, o para refrescar el programa.

**Ejemplo:**

**Pertinencia egresados:** Nuestro presentador en un diálogo con Nelson López Jiménez, Director Grupo de Investigación PACA y Benjamín Alarcón Yustres, Director General de

Currículo, hablan sobre el egresado de la Universidad Surcolombiana. Conoce cuál es el perfil de un egresado Surcolombiano, cuál es su plus y sus características más representativas <https://www.youtube.com/watch?v=k-IU1Qu7wfA>

### c. Crónica

La crónica tiene la estructura del magazín (dividida en 5 segmentos) su diferencia radica en que se hablan constantemente de las historias de vida, se maneja en todo el programa Este formato se caracteriza por narrar una historia que tiene 3 tipos de personajes:

- **Personaje principal:** Es el hilo conductor principal de la historia.
- **Personaje/s Secundario/s:** Uno o dos personajes secundarios que apoyen su discurso del personaje principal.
- **Personajes terciarios:** Son personajes 'oficiales' que puedan dar una mirada más técnica, académica o profunda sobre el tema de la historia.

#### **Producción:**

Cuando se realice el programa de crónica se debe tener en cuenta que lo principal en este son la imágenes de apoyo, por cada entrevista se debe tener al menos 5 imágenes de apoyo para enriquecer el discurso.

## 7. PRESENTACIONES

El rol del presentador/a, es esencial en todos los formatos, ya que, es él/ella quien conduce el programa, y da un contexto sobre este. Se debe tener en cuenta que el conductor no debe decir algo que se repita en el segmento, sino, todo lo contrario, debe dar datos adicionales que puedan enriquecer la nota. El presentador/a, debe dominar el tema que se trata en el programa que está presentando.

Teniendo en cuenta que es un programa universitario, los presentadores pueden estar con su vestuario normal, siempre y cuando se vea bien presentado. Si presentador considera que debe vestirse formal, es decisión propia.

En las presentaciones es necesario que se invite a las personas a seguir a *Vía Universitaria* en las redes sociales, por eso siempre al terminar el programa se deben mencionar.

#### **Producción:**

La producción de las presentaciones debe manejarse el formato estándar de grabación, igualmente se puede jugar con los planos, y realizar grabaciones a 2 cámaras, esto debe ser programado entre el conductor y el camarógrafo.

## 8. ASPECTOS VARIOS

- Cada temporada debe durar entre un año, año y medio.
- Cada nota o bloque debe en durar en promedio 4:30 minutos.

- Un personaje debe durar 20 segundos en cámara luego se pasa a otro, para así realizar un discurso más fluido.
- Cada persona que solicite algún equipo (Micrófonos, trípode, cámara, luz) debe llenar el formato de préstamo de los equipos.
- El formato en cual se debe exportar el programa es en .MOV y mp4 tanto para redes como para los canales de televisión.
- Por cada programa se deben entregar 5 documentos: 1. Release. 2. Guión técnico. 3. Guión literario. 4. Presentaciones. 5. Formato de entrega de los programas. (Se anexan formatos de dichos documentos)

## 9. RIGOR PERIODÍSTICO

*Vía Universitaria* como medio de comunicación retoma los criterios de calidad básicos en cualquier medio informativo, y reconoce que los principales axiomas para la realización de un producto comunicativo son:

- **Proximidad:** Los temas de mayor relevancia para nuestro medio son aquellos a los cuales la sociedad huilense y del sur del país es sensible.
- **Actualidad:** Sucesos a los cuales se le hace un seguimiento y se reconocen avances, o bien nuevos acontecimientos relevantes para la sociedad.
- **Contexto:** Los programas deben reconocer el marco para el cual están elaborados, deben saber cuál es su público y como dialogar con ellos; así mismo, deben presentar información que haga parte del acontecer de la región y sus dinámicas.
- **Veracidad:** *Vía Universitaria* presenta información contrastada y verificada, no expone rumores, ni datos falsos.
- **Rigor:** Se exige que la información y su presentación sean de excelente calidad; al mismo tiempo no debe chocar con la profundidad en la investigación del periodista.

## 10. RECURSOS TÉCNICOS DE POSTPRODUCCIÓN

- Al terminar los programas, el pasante o practicante debe entregar una lista por bloque con nombres de los personajes y ocupación en el orden en el cual sale dicho personaje.
- Se debe entregar una lista con la música que se usó, con nombre y autor.

- El pasante o practicante debe entregar el programa completo, (Editado, por bloques, con musicalización)
- La primera tarea que realiza el editor es nivelar audios y mejorar musicalización, si es necesario se pone un compresor.
- Lo segundo que debe realizar es la corrección de color, lo que se hace es poner el tono general hacia el color azul. Se usa un 5% más en todos los colores hacia el azul, lo que hace que tenga un aspecto más agradable la imagen. De igual forma hay que ajustar cada imagen tanto en la saturación de color como en la luminosidad. Lo que se busca es que las imágenes tengan un equilibrio, no muy coloridas, no con los blancos muy arriba, no con los negros muy abajo.
- Se debe aplicar a todas las imágenes, (menos la entrada y la salida) el efecto Letterbox con un Aspect de Ratio 2.35.1, se deben re encuadrar las imágenes por plano ya que el letterbox toma espacios en los planos.
- Las marquillas deben durar siete (7) segundos.
- En las marquillas se debe poner el nombre en mayúscula sostenida con letra Helvética Neue/ Negrita y el cargo va en Mayúscula Iniciales Helvética neue/ mediana cursiva, se separa lo que va en el cargo con guión, el tamaño de ambas, es de 51,0.
- Créditos: helvética de tamaño 50 en negrita, justificada a la izquierda y alineada al texto en el medio. Tiene sombreado de: opacidad 55,3% - Difuminado 2,65 distancia 5,0 y un ángulo de 274,0°.

## 11. PERFIL DEL PRACTICANTE O PASANTE

El practicante o pasante debe tener las siguientes características para poder ingresar al equipo de Vía Universitaria:

- Si es pasante contar con las 8 horas disponibles.
- Si es practicante debe ver solamente dos (2) materias o si tiene más debe conocer que en *Vía Universitaria* no se mide el tiempo, sino la producción.
- Debe adaptarse al ritmo de la producción del proyecto.
- Conocer las dinámicas de las web 2.0.
- Debe comprender el lenguaje en Facebook, Twitter y YouTube.

- Disposición para el rol que deba asumir.
- Manejo de los planos.
- Habilidades y conocimiento de las herramientas de producción.
- Debe saber construir entrevistas.
- Conocimientos en la edición y disposición para aprender a editar en el Final Cut Pro X.

## PROTOCOLO PARA PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES PROGRAMA VÍA UNIVERSITARIA

Vía Universitaria tiene 3 cuentas en redes sociales: **Facebook**, **Twitter** y **YouTube**.

**Facebook:** Ofrece muchas posibilidades para promocionar y posicionar los programas, también nos acerca a las personas por su plataforma que nos permite conocer los comentarios, opiniones y reacciones de las personas. Al ser un medio donde el tráfico o la interacción de la información es cotidiana, el objetivo es llegar a que nuestros contenidos sean masivos y las personas los compartan.

**Twitter:** Esta aplicación nos permite enviar mensajes o “tweets” que se limitan a 140 caracteres, nos facilita llegar a un público mucho más extenso y variado que Facebook, (En nuestro caso nos siguen Cuentas como las de: Plataforma de Periodismo o el Centro de Memoria Histórica) aunque toma un poco más de tiempo, porque es una red que necesita ser alimentada constantemente, se da un alto impacto en la comunidad y nuestro objetivo con esta red, es llegar a otros lugares fuera de la región.

**YouTube:** Este espacio web caracterizado por tener únicamente contenido audiovisual (videos) nos permite dar la respectiva difusión de nuestros programas, y esto hace que las personas que no cuenten con el canal de televisión Nación TV, puedan visualizarlo desde su computadora.

**Claves: (VIAUSCO2016 – viausco2016)** Anualmente se deben cambiar las claves, o con cada cambio de practicantes.

### **Días de Publicación:**

Dependiendo de las fechas de emisión y los canales se organiza un cronograma de publicaciones diario, ejemplo del 2016-1:

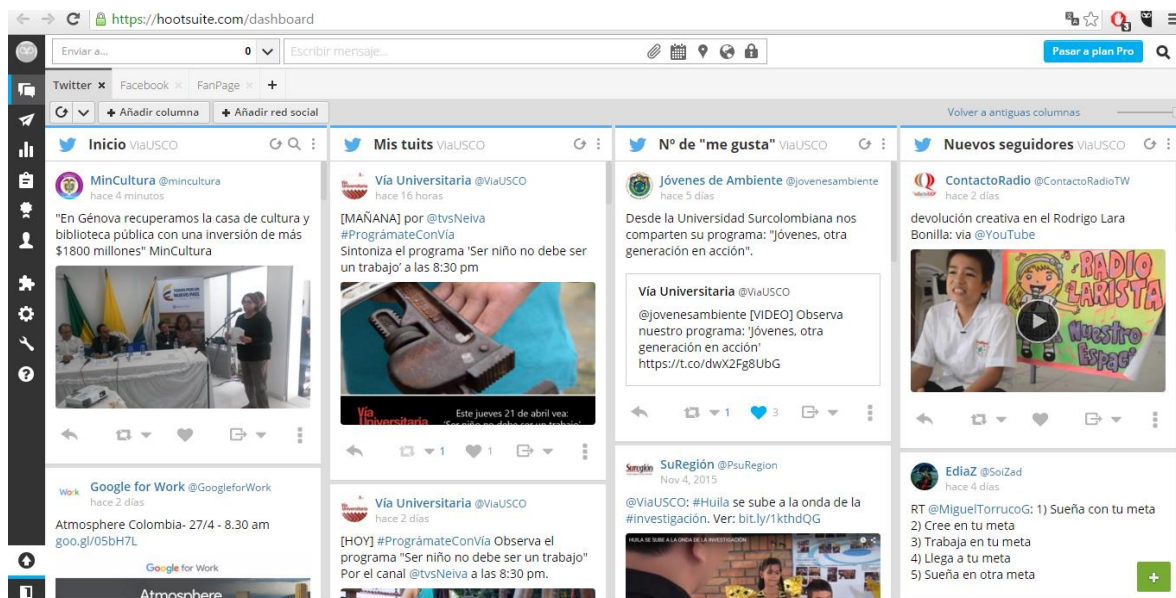
HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
<b>MAÑANA</b> entre 7:30 a 9:30 am		Nota 1	<b>Nota 2</b>	Crónica, clip	Programa completo
<b>TARDE</b> Entre 4:00 a 5:30 pm	Flyer Nación Tv	Flyer TVSUR	Infografía Todos los canales	Programa completo Flyer Tv Sur	Promo

## Hootsuite:

Vía Universitaria tiene una cuenta en Hootsuite, que permite al estudiante monitorear desde una sola cuenta 3 redes (Twitter, Facebook, Fanpage) En esta aplicación se pueden programar las publicaciones si los horarios de publicación coinciden con horarios donde el pasante o practicante no pueda realizar el respectivo movimiento en redes. También se ven los comentarios, los compartidos y las estadísticas.

**Usuario:** [viauniversitaria@usco.edu.co](mailto:viauniversitaria@usco.edu.co)

**Clave:** Institucional2016



## FACEBOOK:

Facebook es una red donde se tiene la mayor interacción con las personas, lo que se busca es generar 'likes' o 'Me gusta' y para monitorear la respuesta que tienen las personas se debe publicar inicialmente en la Fanpage ya que nos permite ver las estadísticas, y después se publica en el perfil.

**Usuario:** [viauniversitaria@usco.edu.co](mailto:viauniversitaria@usco.edu.co)

**Clave:** VIAUSCO2016

## TAMAÑO DE LAS IMÁGENES

Según Carmen Ayvar, al tener una imagen con las medidas precisas en las redes sociales se logra un mayor impacto de esta manera ella recomienda en:

**Foto portada:** Si tu portada tiene **851px** de ancho x **315px** de alto ya tienes el éxito asegurado, y lo mínimo para que tu portada se vea bien es **399 x 150** píxeles.



**Foto de perfil:** Una foto que se verá bien en la miniatura es de **180 x 180** píxeles, y lo mínimo **160 x 160** píxeles.

**Imágenes compartidas:**

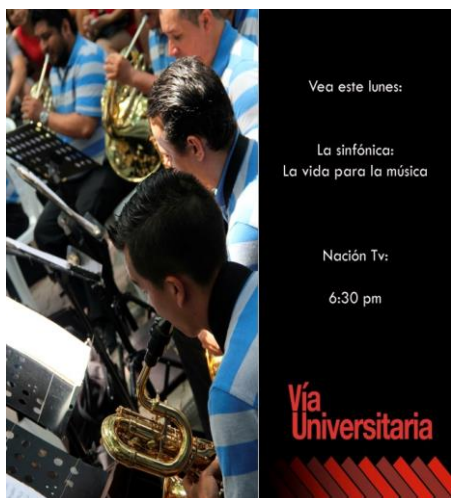
**2048 x 2048** px recomendado

**504** px de ancho es la medida normal



**Imagen promocional:**

La imagen es una plantilla que incluye una serie de fotos representativas del programa, e incluye alguna frase relevante o llamativa que logre interesar y cautivar a la audiencia. Este flyer se hace en el programa Photoshop, su tamaño es **2048 x 2048** px. También algunos se usa otro flyer con estas medidas: **960 x 738** px



Esta imagen

se debe realizar y empezar a compartir diariamente en la red social. Dentro de la descripción de la imagen debe ir incluido el texto o etiqueta (hashtag) propuesto por el estudiante que adelanta la práctica o pasantía en el programa y que previamente ha sido aprobado por el consejo de redacción:

### **Ejemplo:**

#### **[VIERNES] #PrográmateConVía**

Sintoniza el programa \_\_\_\_\_ (se debe titular llamativamente y con un nombre de impacto que sea atractivo para cautivar a la audiencia. Ejemplo: 'Afrodescendencia, cultura y ciudad', a las 8:30 pm por el Canal Nación TV).

**[HOY]:** Se debe colocar el día, de la transmisión (JUEVES, VIERNES, MAÑANA)

**#PrográmateConVía:** Este hashtag se usa para resaltar la publicación e informar sobre el tema que trata la publicación.

#### **Hashtags que no se deben usar:**

*#ProgramaCompleto:* Esto no es llamativo para el usuario.

*#Mañana:* El flyer se emite diariamente.

*#Promo:* Es poco creativo.

#### **Hashtags que se deben usar:**

*#PrográmateConVía:* Se da aviso del día de la emisión.

*#DesfinanciaciónUPública:* Aclara el tema del flyer o vídeo.

**NOTA:** Los textos y hashtags deben ser propuestos por los practicantes y pasantes del programa *Vía Universitaria* ante el Consejo de Redacción o el docente asesor; material que no sea aprobado, no puede ser publicado.

#### **Sintoniza el programa 'Afrodescendencia, cultura y ciudad' a las 8:30 pm por Nación TV:**

Se escribe el nombre del programa, hora y el canal por donde debe emitirse. También se puede agregar un texto donde se explique la temática general del programa. Ejemplo: *Este programa trata sobre la participación e incidencia que ha tenido la comunidad negra en el Huila.*

Es importante mencionar el canal donde se va a emitir el canal.

#### **Fotografías entrevistados:**

Es importante que en el transcurso de la semana se publiquen fotografías de las personas que van a aparecer en el programa debido a que esto permite que los televidentes conozcan quien va estar en el programa y estén atentos al mismo. Para ello se debe realizar un registro fotográfico durante la producción a modo de "detrás de cámaras (making the video)".



Se publicarán máximo 3 fotografías de cualquier personaje, se debe resaltar a los entrevistados con: Un gran conocimiento académico, por tener un gran impacto social, o por el respeto que la comunidad le tenga.

**Publicación de programas:**

El video del programa se debe poner en la fanpage de *Vía Universitaria* y luego se comparte en el perfil. Se publica diariamente 1 segmento, semanalmente se deben subir 5 segmentos del programa. Primero se publica el promocional, luego dos segmentos más, del programa, el tercero será una crónica y por último para completar el día 5, el programa completo. Los primeros 4 clips se suben a Facebook, el quinto se sube a YouTube, y se publica el enlace, todo con su respectivo hashtags e información.



## **PUBLICACIONES:**

Generalmente en Facebook se comparten los videos e imágenes en la lista de grupos y amigos, y se etiqueta a las personas relacionadas con el tema, las publicaciones se deben compartir en algunos de estos grupos y perfiles:

### **Grupos:**

- Soy USCOlombiano
- Universidad Surcolombiana (USCO)
- Universidad Surcolombiana USCO Garzón
- USCO SEDE LA PLATA
- PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA USCO
- Física USCO
- Ingeniería de Software USCO (Oficial)
- Ingeniería Usco
- Licenciatura de educación artística y cultural
- MATEMATICAS APLICADA

### **Amigos:**

- Usco Pitalito
- Proyectos Comunicativos Institucionales Institucional.
- Editorial Usco.
- Estudiantes Usco Neiva.
- Facultad De Educación Usco.
- Facultad Economía Usco Estudiantes.
- Faceconomía Usco
- Facultad De Salud Usco
- Soy Uscolombiano
- Lengua Castellana Usco
- Consultorio Jurídico Universidad Surcolombiana
- Usco Por La Paz
- Comunicaciones Estudiantes
- Educación Artística Usco
- Programa Ciencia Política Usco
- Cesposur Faceconomía

## **TWITTER:**

**Usuario:** [viauniversitaria@usco.edu.co](mailto:viauniversitaria@usco.edu.co)

**Clave:** VIAUSCO2016

## **Tamaño de las imágenes**

La foto de portada en Twitter es la más grande de todas las redes sociales. Y es muy importante, pues es la más llamativa de tu Timeline. Asegura a tus seguidores!

**Foto de portada:** Una excelente foto de portada debe ser de 1500 px de ancho por 500px de alto.

**Foto de perfil:** Tu foto de perfil deberá ser de 400 x 400 px como máximo y 200 x 200 px como mínimo.

**Imágenes de la línea de tiempo:**

506 x 253 px recomendado

440 x 200 px mínimo

1024 x 512 px máximo



**Imagen promocional:**



Al igual que en Facebook, en Twitter se publica una imagen promocional y fotografías de los entrevistados. Pero por el lenguaje que esta red se maneja, todo debe ser concreto. Se debe mencionar el canal de emisión.

## Programas



Como primer paso se ingresa a Google URL Shortener (<https://goo.gl/>) Donde se acorta el URL.

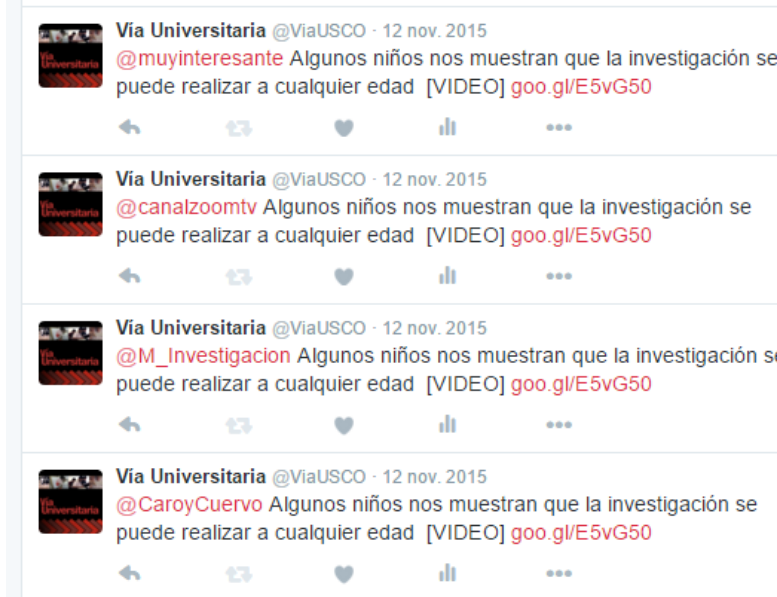
**[VIDEO]:** Se debe especificar que elemento tiene el link, texto, video, fotografía.

**DESCRIPCIÓN:** *Observa nuestro nuevo programa 'De la academia a la comunidad':* Se trata de describir el contenido del video.

**URL:** Y por último se deja el URL acortado. Siempre se debe verificar el URL acortado, no se debe subir o publicar material sin verificar los link.

### **PUBLICACIONES:**

En Twitter lo que se hace para publicar los programas es 'mencionar' a la persona en un Tweet, entonces el primer paso a seguir es colocar en el buscador de Twitter el tema principal del programa, se buscan las cuentas relacionadas y se les envía un Tweet invitándolos a ver el capítulo, como se ve en el ejemplo:



## YOUTUBE

El viernes se sube el programa completo. El título del programa debe estar escrito en minúscula, cada programa debe tener una descripción, y usar etiquetas referentes a la Universidad Surcolombiana y el tema, ejemplo: #Usco #ComunidadCanábica #Marihuana, esto se hace con el fin de que el buscador de YouTube relacione el video cuando se insertan algunas de estas etiquetas.

**Gmail:** [viauniversitaria.uscotv@gmail.com](mailto:viauniversitaria.uscotv@gmail.com)

**Clave:** viausco2016

Información y configuración Mejoras Audio Anotaciones Tarjetas Subtítulos

Comunidad canábica en la USCO Cancelar Guardar cambios



INFORMACIÓN DEL VIDEO

Canal: ViaUniversitariaUSCO  
Hora de carga: 28 de octubre de 2015 13:59  
Duración: 29:17  
Archivo sin procesar: CANÁBICA FINAL.mp4  
Reproducciones: 407  
Me gusta: 3  
No me gusta: 0  
Comentarios: 1  
URL del video: <https://youtu.be/XiC0D9gZJsg>

Miniatura personalizada  
Tamaño máximo del archivo: 2 MB

Información básica Traducciones Monetización Configuración avanzada

Comunidad canábica en la USCO Público

El consumo de sustancias psicoactivas en el interior de la universidad Surcolombiana ha sido un tema de mucha controversia a partir de las normativas de la universidad frente a su autonomía como institución pública de educación superior. En

Usco x Comunidad x ComunidadCanábica x  
marihuana x Cannabis x

Agrega un mensaje a tu video.

Compartir también en

+ Agregar a lista de reproducción

Activar Windows  
Ir a Configuración de

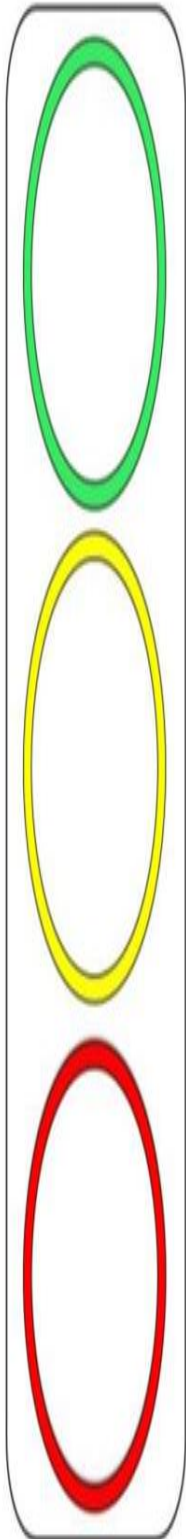
Dentro de la descripción del programa se debe poner los links de Facebook y Twitter de esta manera:

Síguenos en Facebook: <https://www.facebook.com/viauniversitaria.uscotv>  
Síguenos en Twitter: <https://twitter.com/ViaUSCO>

Todas estas publicaciones deben ser monitoreadas por un supervisor designado en el Consejo de redacción, los textos deben ser vistos por el asesor a cargo.



## Protocolo gestión de crisis:



**Nivel uno- Verde:** En este nivel el usuario hace algún comentario sobre el programa, en busca de alguna claridad o necesidad; el encargado da respuestas a su comentario bien sea una pregunta, o incorfimidad, lo debe realizar de la manera más respetuosa posible.



**Ejemplo:** Andres Felipe, hace un comentario en una imagen promocional sobre un programa ya emitido, el link se subió horas antes, se le debe aclarar que el programa ya se subió y se le deja el enlace que lo compruebe.

**Nivel dos - Amarillo:** En este caso el usuario hace un reclamo sobre el contenido, tiene algún error, un mal dato o el nombre de cierto personaje no es el correcto. En este caso se debe responder asegurando que el problema tendrá solución.

**Ejemplo:**

**María Dueñas:** El nombre del personaje es Abraham, no Abram.

**Vía Universitaria:** Estimada María Dueñas, realizaremos la respectiva corrección, gracias por su observación.

**Nivel tres - Rojo:** Aquí es donde los usuarios suben algo en tono de sus mensajes, o los llamados “trolls” atacan, en este caso se debe responder de manera privada, ya que el troll lo que busca es generar conflicto y el proyecto no debe caer en ese juego. Antes de contestar se debe mostrar al Asesor el comentario y decidir si es digno de respuesta o no.

Si el problema o crisis no está planteado aquí, se debe comunicar al coordinador del proyecto o al consejo de redacción.

## FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO DE USO Y PUBLICACIÓN DE FOTOGRAFÍAS, AUDIOS Y VIDEOS

Sin esperar compensación o remuneración de ningún tipo, ni ahora ni en un futuro, por el presente doy mi consentimiento a **Vía Universitaria** y a sus afiliados y agentes, para que utilicen mis fotografías y similares, y/o cualquier declaración que haya podido hacer durante una entrevista en video o audio, en sus publicaciones, productos publicitarios o cualquier otra actividad mediática (incluido internet). Este consentimiento incluye, sin limitarse a ello:

(a) Permiso para entrevistar, filmar, fotografiar, grabar o hacer una reproducción de video de cualquier tipo de mi persona y/o grabar mi voz;

(b) Permiso para utilizar mi nombre; y

(c) Permiso para utilizar citas de la/s entrevista/s (o fragmentos de dichas citas), de las grabaciones de video, fotografía/s, cintas o reproducciones de mi persona, y/o las grabaciones de mi voz, total o parcialmente, en sus publicaciones, periódicos, revistas y cualquier otro medio de comunicación impreso, televisivo, radiofónico y medios electrónicos (incluido internet), exhibiciones y/o en listas de correos para fines educativos y pedagógicos.

Este consentimiento es indefinido y no requiere una aprobación previa por mi parte, conforme lo establecido en la Ley 23 de 1982.

**Nombre:** \_\_\_\_\_

**Firma:** \_\_\_\_\_

**Teléfono:** \_\_\_\_\_

**Fecha:** \_\_\_\_\_

El abajo firmante es el padre o tutor legal del menor supradicho y por el presente da el consentimiento y permiso para lo anteriormente citado en nombre de dicho menor.

**Firma del padre o tutor legal:** \_\_\_\_\_

*La siguiente declaración es necesaria en caso de que el presente formulario de consentimiento se haya tenido que leer al padre/tutor legal:*

Por el presente certifico que he leído el formulario de consentimiento completo al padre / tutor legal, cuya firma figura más arriba.

\_\_\_\_\_  
**Fecha**

\_\_\_\_\_  
**Firma del representante de la organización o del líder comunitario**

**VÍA UNIVERSITARIA  
FORMATO ENTRADA Y SALIDA DE EQUIPOS**

<b>DATOS PERSONALES</b>	
Nombre del solicitante:	
Código:	
Cargo:	

**EQUIPO:**

<input type="checkbox"/> Cámara	<input type="checkbox"/> Micrófonos	<input type="checkbox"/> Baterías
<input type="checkbox"/> Trípode	<input type="checkbox"/> Luz led	<input type="checkbox"/> Disco duro

<b>SALIDA:</b>	
Fecha y hora de inicio:	
Tipo de actividad:	
Observaciones del equipo:	
Firma saliente:	

<b>ENTRADA:</b>	
Fecha y hora de entrega:	
Observaciones del equipo:	
Firma recibido:	

# FORMATO ENTREGA DE PROGRAMAS

## VÍA UNIVERSITARIA

<b>FECHA DE ENTREGA</b>	DD/MM/AAA	<b>HORA DE ENTREGA</b>	
<b>CANAL</b>			
<b>NOMBRE DEL PROGRAMA</b>			
<b>DURACIÓN DEL PROGRAMA</b>			
<b>FECHA DE EMISIÓN ORIGINAL</b>	DD/MM/AAA	<b>HORARIO</b>	
<b>FECHA DE REEMISIÓN</b>	DD/MM/AAA	<b>HORARIO</b>	

<b>QUIÉN ENTREGA VÍA UNIVERSITARIA</b>	<b>QUIÉN RECIBE CANAL</b>
<b>NOMBRE:</b> _____	<b>NOMBRE:</b> _____
<b>FIRMA:</b> _____	<b>FIRMA:</b> _____

## GUIÓN DOCUMENTAL

1. **TEMA CENTRAL:**
2. **SUBTEMAS**
3. **HORIZONTE DE EXPECTATIVAS**
4. **ASUNTO (TONO)**
5. **OBJETIVOS**
  - 5.1 **GENERAL**
  - 5.2 **ESPECÍFICOS**

### **Violencia de género en Neiva**

1. **TEMA CENTRAL:** Violencia de género contra las mujeres de Neiva (Propuestas o estrategias que nacen desde el Consejo Comunitario de Mujeres y la Casa de la Memoria - ¿Qué relación la USCO con estas entidades?).
2. **SUBTEMAS:**
  - Definición de violencia y violencia de género.
  - Tipificación de la violencia de género.
  - Causas por las cuales se da la violencia de Género.
  - Panorama de la violencia de género en Neiva.
  - Propuestas y estrategias para reducir la violencia de género.
  - Leyes que protegen y respaldan la mujer en caso de la violencia de Género.
  - Medidas preventivas contra la violencia de Género.
3. **Horizontes de expectativas:** Dar a conocer las propuestas para reducir la violencia de género, a través de una entrevista a profundidad a las expertas en el tema, Martha

Sofía Torres (Consejo Comunitario de Mujeres) y Erika Marcela Tinoco Rivera (Casa de la memoria), conociendo sus experiencias y la labor que vienen ejerciendo en contra de la violencia contra las mujeres.

4. **Asunto (Tono):** El programa mostrará los procesos, y las propuestas que han venido desarrollando para reducir la violencia de género en Neiva. Las imágenes de apoyo serán las mujeres de la universidad caminando, habrá una puesta en escena (sketch teatral) sobre los tipos de violencia de género; un sondeo, entrevista sobre violencia de género, imágenes de apoyo de mujeres en la USCO,

5. **Objetivos:**

5.1 **General:** Dar a conocer las distintas propuestas para lograr reducir la violencia de género e incentivar mediante el programa a que las mujeres víctimas de violencia de género se empoderen de los diferentes espacios participativos en la ciudad.

5.2 **Específicos:**

- Definir y tipificar qué es la violencia de género.
- Resaltar las estrategias que se desarrollan para reducir la violencia de género.
- Contribuir al conocimiento, la prevención y la reducción de la violencia de género.
- Invitar mediante el programa a los espacios de participación para las mujeres víctimas de violencia.

**Preguntas que surgen:**

- ¿qué es la Violencia? ¿De qué se trata la violencia de género? ¿Cuál es la diferencia entre la violencia de género y la violencia familiar?
- ¿cómo sabemos que estamos sufriendo violencia de género? ¿Quiénes pueden ser víctimas de v.g.?
- Desde su organización ¿qué propuestas vienen adelantando para reducir la violencia de género?
- ¿Cuál es el panorama actual de la v.g. en Neiva?
- ¿Cómo lograr que las leyes que dicen proteger a la mujer de la violencia de género, dejen de ser de papel y tengan vida y cuerpo?
- ¿Cómo lograr cambiar ese chip que tenemos, sobre la mujer sumisa y abnegada que debe callar el maltrato?
- ¿Cuál es el patrón de conducta de una persona que ejerce violencia de género?

## FORMATO DE PREPRODUCCIÓN VÍA UNIVERSITARIA

REFERENCIA DEL PROGRAMA: Programa de Set/ violencia de género

DURACIÓN: 28 min

NOMBRE / ACTIVIDAD	LOCACIÓN	HORA	LUZ (INT. / EXT.)	REQUERIMIENTOS TÉCNICOS
<b>ENTREVISTA</b> ALEJANDRA RIVEROS MADERLIS RODRIGUEZ	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA	9:00 AM	EXTERIOR	4 CÁMARAS 3 TRIPODES 2 MICROFONOS LUCES
<b>SONDEO:</b> ESTUDIANTES Y DOCENTES USCO	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA	10:AM	EXTERIOR	1 CÁMARA TRÍPODE MICRÓFONOS
<b>ENTREVISTA Y APOYOS</b> JENNIFER CORONEL MADERLIS RODRIGUEZ	CÁNDIDO PUERTAS DEL SOL	7:00 PM	EXTERIOR	1 CÁMARA TRÍPODE MICRÓFONOS
<b>ENTREVISTA</b> MADRE COMUNITARIA		10:00 AM	EXTERIOR	1 CÁMARA TRÍPODE MICRÓFONOS



## FORMATO DE CONTINUIDAD / PERSONAJES / PREGUNTAS

REFERENCIA DEL PROGRAMA: \_\_\_\_\_

DURACIÓN: \_\_\_':\_\_\_"

TEMA / SUBTEMA	NOMBRE / PERSONAJES	PREGUNTAS	LOCACIONES
<p style="text-align: center;">HISTORIA DE LAS MADRES Y PADRES UNIVERSITARIOS</p>	<p>Maerlis Rodriguez Jennifer Coronel Alejandra Riveros Luis David Tovar</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo es la experiencia de ser madre y estudiante al mismo tiempo?</li> <li>2. ¿Ha considerado la posibilidad de dedicarse a su hijo y dejar la universidad?</li> <li>3. ¿La universidad le ofrece apoyo para poder ser madre y estudiante al mismo tiempo?</li> <li>4. ¿Se ha sentido señalada o marginada por los docentes o compañeros?</li> <li>5.</li> </ol>	<p style="text-align: center;">USCO CASAS DE LAS MADRES</p>
<p style="text-align: center;">SONDEO</p>	<p style="text-align: center;">ESTUDIANTES Y PROFESORES USCO</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Como profesor ¿Está de acuerdo que las estudiantes lleven a sus hijos a clase?</li> <li>2. Como estudiante ¿Está de acuerdo que las estudiantes lleven a sus hijos a clase?</li> </ol>	

