



Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social

Modelo de alianza interinstitucional ECS-SADPRO

Mediante co-producción de seriado televisivo para impulsar
el principio de identidad de la UCV

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al Título de
Licenciado en Comunicación Social

Autor:

Iván Zambrano

C.I: 19.532.887

Tutor:

Grecia Almeida

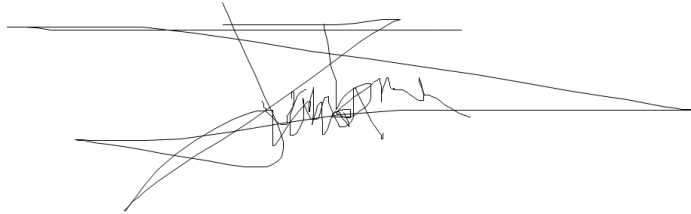
C.I: 11.993.622

Caracas, Noviembre 2010

Formulario de Autorización

Yo Iván Zambrano Gil portador de la C.I. 19532887 Autorizo a la Escuela de Comunicación Social de la UCV, la Biblioteca Gustavo Leal y Biblioteca Central de la UCV para la publicación del presente proyecto de investigación titulado Modelo de alianza interinstitucional ECS-SADPRO Mediante co-producción de seriado televisivo para impulsar el principio de identidad de la UCV con fines académicos.

Tesis defendida en Caracas el 16 de diciembre de 2010 que obtuvo calificación de Aprobado distinguido

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Iván Zambrano Gil', is written over a horizontal line. The signature is somewhat stylized and overlaps the line.

Iván Zambrano Gil

C.I. 19532887

DEDICATORIA

A quienes coprotagonizan escenas en mi vida, a quienes entran y salen de ella, a los extras y a los que se quedan, a los que se van y los que llegan, a los que hacen turismo o estadía, a mis verdaderos enemigos: la inseguridad y la astenia. A los nuevos en nómina, a los que se jubilan por años de servicio en mis afectos. A todos, les dedico mi trabajo.

Soy la consecuencia de todos ustedes, ¡Gracias!

AGRADECIMIENTOS

Por obligación o por voluntad debo agradecer a Dios, Jehová, Alá, Yahvé, Buda, Zeus, Michael Jackson y demás burócratas de los que está plagado el cielo.

Agradezco a la pereza por no haberme atacado durante la realización de mi trabajo de grado. La voluntad siempre me escoltó.

A mi familia: Iván, Gisela e Ivana... miembros del Reality show privado que lleva más de 21 años al aire en circuito cerrado bajo el techo de un hogar que se crece en los puntos de rating del respeto, el conflicto, las soluciones y el amor sin límite de crédito que ofrece la familia.

A quienes tutelaron y amadrinaron mis pasos, no sólo en la tesis, sino en una sala de edición en la que me vi crecer y aumentar de peso con la dieta hipocalórica que sus sonrisas me ofrecían en cada conversación, cada salida, cada anécdota, cada almuerzo improvisado en el Mc Donald's de los Chaguaramos (creo que a esto realmente se debe mi aumento de peso). Es con ustedes, Grecia y Norelkis, tutora y asesora, mis madrinas. ¡Bendición!

Al SADPRO, que me brindó hospedaje durante más de 4 años, primero como pasante, ahora como quien vuelve semana a semana, para terminar de mudar los buenos recuerdos a su nuevo hogar. El problema es que cada vez que voy encuentro una nueva experiencia embalada, y debo hacer un nuevo viaje a la sede, porque no hay ascensor de carga.

Al Paxil 12,5 mg y al Rivotril, por no dejarme decaer.

A mi capacidad de asombro, que regresó luego de un buen tiempo.

A la acera del frente de la Escuela, que soportó las conversaciones que tuve en público y en privado con el asfalto de testigo. A quienes cruzaron la calle, y en especial quienes se sentaron a mi lado en esa acera, y aún volteo y alcanzo a verlos.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación aborda el tema de la ampliación de las relaciones interinstitucionales de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y el Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO), mediante el diseño de un modelo de alianza estratégica instrumentado bajo un plan de gestión comunicacional entre sus respectivos departamentos audiovisuales, que se expresaría mediante el desarrollo de una coproducción audiovisual (seriado de producción permanente) para dar cobertura a la labor investigativa y procesos creativos ucevistas, reivindicando de esta manera los principios de identificación universitaria e institucional asociada al sentido de pertenencia. Se pretende dar a conocer el trabajo de la universidad “a la universidad” con un formato ágil, sencillo y de calidad, con el fin de potenciar los objetivos planteados dentro del programa semestral de la Cátedra de Televisión y reforzar las metas del SADPRO.

ABSTRACT

The research issue is the development of the inter-relationships of the Communication School and the System of Actualization Docente of the Profesorado (SADPRO) at the UCV. The main target is to design a strategic alliance model through a communication management between SADPRO audiovisual departments. This relationship is going to be showed with an audiovisual co-production (permanent serial production), for covering the researches and creative processes from the university, and to make grow the principles of academic and institutional identification associated with a sense of membership. It seeks to project the work of the university for them with a dynamic, simple and quality structure to enhance the objectives of the program of Television Class, and to boost the SADPRO goals.

Palabras Clave: Alianza, Comunicación, Gestión, Identidad, Imagen, Institución, Sentido de Pertenencia, Seriado, Universidad

INDICE

Dedicatoria

Agradecimientos

Resumen / Palabras clave

Introducción

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

Formulación del Problema

Sistematización

Objetivos de la Investigación

Justificación

Limitaciones

Plan tentativo

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

1. Gestión comunicativa dentro de las instituciones académicas:

1.1. Comunicación y las relaciones humanas:

1.1.1. La comunicación y los sistemas sociales

1.1.2. Comunicación global

1.2. Imagen Institucional:

1.2.1. Gestión de Proyección de Imagen Institucional

1.3. Identidad institucional:

1.3.1. Etapas de transmisión de identidad institucional

1.4. Estructura de Comunicación:

1.4.1. Componentes de la Estructura de Comunicación

1.5. Memoria Colectiva:

1.5.1. Sentido de pertenencia y arraigo

2. Relaciones interinstitucionales de la UCV

2.1. Política de cooperación universitaria en la UCV

2.1.1. Responsabilidad Social Universitaria

2.1.1.1. Manual de Responsabilidad Social Universitaria

2.1.1.2. La Universidad

2.1.1.3. Ámbitos de la Universidad

2.1.1.4. Pasos para la responsabilidad social

2.1.1.5. Impacto universitario

2.1.1.6. Ejes de Responsabilidad Social

2.2. Dirección de Cooperación y Relaciones interinstitucionales (DICORI)

2.3. Estructura organizativa de la UCV

2.3.1. Escuela de Comunicación Social

2.3.1.1. Cátedra de televisión

2.3.2. Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO)

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Nivel de la Investigación

Diseño de la Investigación

Naturaleza de la Investigación

Población y muestra

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Cronograma de Actividades

CAPITULO IV: MODELO DE ALIANZA ECS-SADPRO

Primer paso: compromiso

Segundo paso: autodiagnóstico

Tercer paso: cumplimiento

Cuarto paso: rendición de cuentas

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

Glosario

Bibliografía

Anexos

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se suscribe al diseño de un modelo de alianza estratégica entre la Escuela de Comunicación Social de la UCV y el Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO UCV) mediante un plan de Gestión Comunicacional Interinstitucional, el cual pretende potenciar el sentido de identidad universitaria apelando al principio de pertenencia e identificación con los espacios de convivencia organizacional de la UCV.

Dicho modelo de Alianza se verá instrumentado a través de una coproducción audiovisual (seriado) que pretende dar cobertura a los aspectos con mayor vigencia y relevancia de la labor que llevan a cabo los distintos componentes de la comunidad universitaria, teniendo como prioridad los procesos de investigación y manifestaciones creativas en general.

La pertinencia que cobra éste tipo de investigaciones en el campo de los modos de involucración y participación activa por parte de los estudiantes que hacen vida dentro la UCV, tiene relevancia frente a problemáticas como la apatía y la desinformación de lo que se lleva a cabo dentro de la comunidad universitaria, no sólo por la falta de canales de difusión eficientes, sino también por la ausencia de estrategias de participación que incluyan experiencias de primera mano que lleven al estudiante a ser partícipe de las actividades corporativas y no sólo un espectador del producto final.

Por otra parte, la alianza estratégica entre la ECS y SADPRO pretende subsanar inconsistencias técnicas y epistemológicas en ambas organizaciones mediante el trazo de objetivos mancomunados que permitan ampliar el rango de la misión y visión de cada una de las instituciones involucradas.

El objetivo general de la investigación gira en torno al diseño de un modelo de alianza estratégica entre los Departamentos Audiovisuales de la ECS y SADPRO que

permita a ambos entes potenciar el desarrollo de sus objetivos corporativos, fundamentado en un plan de gestión comunicacional orientado al fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales y la identidad universitaria.

Los objetivos específicos mediante los cuales se pretende alcanzar el objetivo general tienen base en la identificación de las inconsistencias epistémicas y prácticas que permitan diagnosticar el alcance del programa semestral de la Cátedra de Televisión sobre la formación del comunicador social del área, información sobre la cual se fundamentará las características de la alianza estratégica entre la ECS y SADPRO.

El diagnóstico de la situación de la gestión tanto de la ECS como de SADPRO se aborda sobre el campo directamente mediante las herramientas de la encuesta y la entrevista. La encuesta fue aplicada a una muestra de alumnos de Sexto Semestre (2010-I) cursantes de la materia de Televisión I para obtener su apreciación acerca de las fallas y virtudes de la Cátedra. La entrevista fue reservada para el Jefe de Cátedra de Televisión, Profesora Lorena Pino, quien explica en función de los datos obtenidos en la encuesta, cómo ha gestionado la escuela y su departamento para subsanar las demandas. Por otra parte, representantes del SADPRO fueron entrevistados en función de dar a conocer las características de sus necesidades como institución que desea potenciar la gestión mancomunada de la UCV.

Dicha alianza se verá sustentada y encontrará la sostenibilidad en el tiempo mediante la comprensión de los procesos de gestión comunicacional necesarios en el diseño del modelo de alianza que pretende potenciar las virtudes y aminorar las inconsistencias de la gestión de los entes asociados.

La ECS y SADPRO instrumentarán la alianza mediante el desarrollo de un seriado televisivo de producción permanente, coproducido entre el departamento audiovisual de SADPRO y los alumnos cursantes de materias adscritas a la Cátedra de Televisión, en función de la integración de potencial técnico y generación de contenidos.

Ésta coproducción buscaría reforzar la identidad universitaria a través del sentido de pertenencia que ofrece la participación activa del alumnado en un seriado televisivo, al darle cobertura a los procesos creativos y de investigación de la comunidad universitaria a la que pertenecen y en la que hacen vida académica y personal.

Por último, la investigación persigue fomentar y servir de referente para siguientes proyectos de planificación de alianzas estratégicas entre la Escuela de Comunicación Social de la UCV y los distintos entes que conforman la comunidad universitaria.

En líneas generales, el proyecto pretende promover la ampliación de las relaciones interinstitucionales dentro de la UCV en función de dar respuesta a las inconsistencias universitarias de manera endógena, con las herramientas que proporciona la Gestión Comunicativa, lo que permitiría la consolidación de la identidad universitaria al potenciar la proyección de una mejor imagen al entorno en función de captar respaldo en la comunidad, además de mantenerla informada.

CAPITULO I:

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

La “Universidad” es concebida por la Real Academia Española (RAE) como la “Institución de enseñanza superior que comprende diversas facultades, y que confiere los grados académicos correspondientes. Según las épocas y países puede comprender colegios, institutos, departamentos, centros de investigación, escuelas profesionales, etc.”

La Universidad Central de Venezuela (UCV) cuenta con once facultades: Agronomía, Arquitectura y Urbanismo, Ciencias Puras , Ciencias Económicas y Sociales, Ciencias Jurídicas y Políticas, Ciencias Veterinarias, Farmacia, Humanidades y Educación, Ingeniería, Medicina y Odontología, las cuales asocian sus espacios conjuntamente con Escuelas, Instituciones, Centros de. Investigación y demás Dependencias.

En base a las nociones previas, es importante puntualizar el principio de interdependencia institucional que implica el buen funcionamiento de la Universidad como ente de generación de procesos creativos en todo nivel, y no una suma de Facultades y Escuelas que llevan sus gestiones en paralelo.

Además, el principio de identidad institucional estructurado de forma endógena a los mismos entes, mediante el desarrollo de plataformas que fomenten la gestión comunicativa, permite a los miembros de su comunidad proyectar una calidad de imagen distinta hacia su entorno a toda escala.

Uno de los entes universitarios en el que confluye el principio de integración académica es el Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO-UCV), cuya gestión ejemplifica la motivación por fomentar las Estructuras de comunicación, espacios de encuentro académicamente activos.

Para la directora del SADPRO, Maribel Yerena, este programa surge como instrumento pedagógico para el mejoramiento de las funciones en los campos de la enseñanza, la investigación y la extensión, pues “son elementos vitales para una organización, como la UCV, encargada de desarrollar el talento humano en el país, que cuenta con sus profesores como verdaderos motores del necesario cambio de las estructuras universitarias”.

En base a esta premisa es necesario reconsiderar y evaluar las conexiones y alianzas que desde la Escuela de Comunicación Social de la UCV se proyectan hacia su entorno inmediato, las instituciones que coexisten en el mismo espacio estructural y sustancial en la generación de procesos creativos.

Dentro de los subsistemas que integran al SADPRO se encuentra el de las Tecnologías de la Información y Comunicación. El departamento audiovisual se encarga de prestar servicio técnico al personal y de dar cobertura a distintos eventos y procesos de investigación asociados a la comunidad universitaria.

El departamento tiene en su haber un número de producciones televisivas considerables que abarcan diversas áreas del conocimiento, y que son proyectadas por las ventanas de difusión interna y externa a la comunidad universitaria con las que cuenta el ente. Sin embargo, últimamente el número de producciones ha disminuido y se ha centrado más en la labores corporativas. Además de que no poseen un personal de apoyo especializado en generación de contenidos televisivos para sus producciones.

Por otra parte, La cátedra de Televisión adscrita al departamento audiovisual de la ECS, establece dentro de los objetivos de su programación semestral el perfil del estudiante que pretenden formar: “El alumno cursante de esta Cátedra, se encuentra prácticamente en la antesala de la culminación de su carrera y ya muchos se desempeñan profesionalmente. Requieren, por tanto, de una forma precisa y directa del conocimiento teórico y práctico que los ayude a un mejor

desenvolvimiento, razón que explica el porqué el alto componente práctico de la materia” (Bracamonte, 2009: 3)

Es importante contrastar esta teoría reflejada dentro del Programa de la Cátedra de Televisión con la práctica de la formación real del perfil del estudiante de comunicación social en el área audiovisual. Esto permitiría elaborar un diagnóstico de las virtudes e inconsistencias a nivel epistémico y práctico del programa semestral de la Cátedra.

En base a esta premisa, el presente trabajo de investigación tiene como objetivo el diseñar un modelo de alianza estratégica ECS-SADPRO a través de una coproducción televisiva permanente, conducida y elaborada bajo la responsabilidad de miembros de la Escuela de Comunicación Social (Estudiantes y Profesores) de la UCV, en el que se refleje parte de la labor de investigación y procesos creativos inmersos en la vida universitaria.

La naturaleza del instrumento permitiría inscribirlo dentro del programa de Servicio comunitario, de manera que tenga consecución y vigencia a largo plazo, lo que potenciaría los objetivos en materia de estructuración de la identidad institucional asociado a un plan de gestión comunicativa, que permita la integración institucional y la involucración de los miembros de la ECS en las actividades de la comunidad ucevista en general.

De esta manera se reforzaría la imagen corporativa de la universidad, estructurándola de manera endógena con mecanismos propios de la comunicación social como lo es la televisión educativa.

La logística que envuelve a la producción del seriado y sus distintas fases se formularían en función de los resultados arrojados por el diagnóstico realizado sobre la formación del perfil del comunicador audiovisual de la ECS, para dar respuesta, a través de la posible alianza ECS-SADPRO, a las necesidades institucionales que ambos entes posean.

De esta forma, el seriado audiovisual centraría su temática en reforzar los principios de pertenencia e identidad corporativa a través de los canales de difusión y apoyo técnico en general que ofrece SADPRO y los conocimientos aplicados y procesos de generación de contenidos de los miembros de la ECS.

José Carlos Gil, Director de Comunicación Multimedia de la UCV recalca la importancia que tiene la difusión de la labor de investigación y de generación de procesos creativos dentro de la UCV “Tenemos la oportunidad de proyectar lo que se hace en materia de radio y televisión educativa dentro de la UCV a través de una red satelital, en Internet y en algunos casos se transmiten por la Televisión Española Internacional”.

Sin embargo, gran parte de las producciones audiovisuales que se llevan a cabo de manera institucional dentro de la universidad involucran poco la labor de estudiantes en pregrado. El diseño de este proyecto permitiría acercar a los alumnos de la ECS con inclinación en el área audiovisual, a las fases de la producción televisiva, lo que representaría un espacio en el cual poder expresar los conocimientos y el talento en el manejo del discurso audiovisual de la mano tanto del personal de SADPRO como del profesorado de la ECS.

Los procesos de investigación realizados en Venezuela tienen un eje importante en la labor científica y humanística que lleva a cabo la UCV. Es por ello que con el diseño de esta alianza mediante un proyecto audiovisual se pretende dar a conocer el trabajo de la universidad a la “universidad” con un formato ágil, sencillo y de calidad, que responda a la integración interinstitucional en diversos planos, los principios de identidad y gestión comunicacional, el empleo de los conocimientos adquiridos en la Cátedra de Televisión y el fortalecimiento de los nexos entre la Escuela de Comunicación Social y su entorno.

Formulación del problema

¿Un modelo de alianza estratégica entre la Escuela de Comunicación Social de la UCV y el Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO) instrumentado bajo la coproducción de un seriado audiovisual potenciará el principio de identidad universitaria en la comunidad ucevista?

Sistematización

- ¿El acercamiento entre la ECS y el SADPRO complementará la gestión institucional de ambas organizaciones?
- ¿Cuáles son las virtudes e inconsistencias que arroja la aplicación real del programa semestral de la Cátedra de Televisión?
- ¿Cuáles son los organismos universitarios que se asocian directamente con el apoyo del ejercicio de la carrera del comunicador social?
- ¿Cuenta la Escuela de Comunicación Social con alianzas interinstitucionales dentro de la comunidad universitaria?
- ¿Los miembros de la ECS están integrados con el acontecer de las instituciones que componen la comunidad universitaria?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Diseñar un modelo de alianza estratégica entre los Departamentos Audiovisuales de la ECS y SADPRO que permita a ambos entes potenciar el desarrollo de sus objetivos corporativos, fundamentado en un plan de gestión comunicacional orientado al fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales y la identidad universitaria.

Objetivos específicos

- Identificar las inconsistencias epistémicas y prácticas que permitan diagnosticar el alcance del programa semestral de la Cátedra de Televisión sobre la formación del comunicador social del área, información sobre la cual se fundamentará las características de la alianza estratégica entre la ECS y SADPRO
- Comprender los procesos de gestión comunicacional inmersos en el diseño de un modelo de alianza estratégica en función de dar respuesta a las inconsistencias y virtudes de los entes asociados.
- Desarrollar un seriado televisivo de realización permanente, coproducido entre el departamento audiovisual de SADPRO y los alumnos cursantes de materias adscritas a la Cátedra de Televisión, en función de la integración de potencial técnico y generación de contenidos.
- Reforzar la identidad universitaria a través del sentido de pertenencia que ofrece la participación activa del alumnado en un seriado televisivo al darle cobertura a los procesos creativos y de investigación de la comunidad ucevista.
- Fomentar y servir de referente para siguientes proyectos de planificación de alianzas estratégicas entre la Escuela de Comunicación Social de la UCV y los distintos entes que conforman la comunidad universitaria.

Justificación

Desde el plano personal, los motivos que fundamentan el eje de investigación del proyecto son trazados en calidad de estudiante de comunicación social con inclinación al área audiovisual, y como tal, responde a la necesidad de buscar fijar espacios sobre los cuales fundar la teoría, el talento y las ganas que mueven el discurso audiovisual de quienes se identifican con el área.

El diseño de una estrategia de integración ECS-SADPRO permitiría al departamento audiovisual de la ECS contar con apoyo técnico y humano que potenciarían el alcance de los distintos objetivos trazados dentro del programa de las asignaturas de la Cátedra de Televisión. Así, como la posibilidad de brindarle al SADPRO el soporte de estudiantes en calidad de personal de apoyo en la generación de contenidos.

La producción audiovisual televisiva y las materias que guarden mayor relación con este proceso de creación, permitiría a los alumnos cursantes de dichas asignaturas acercarse a las fases de la producción televisiva, con experiencias de primera mano, que abarcarían su participación activa en los procesos.

Los principios de identidad universitaria y sentido de pertenencia son factores de cohesión bajo los cuales se pretende dar respuesta a una problemática de desinformación y de trabajo aislado por partes de las instituciones que integran a la UCV, las cuales pueden ser canalizadas a través de los propósitos del proyecto.

La comunidad universitaria contaría con un referente de alianza interinstitucional, con el que se pretende fomentar la unión de más dependencias hacia el núcleo de la ECS, en pro de la integración institucional, para hacer de la Universidad, no una suma de partes, si no un mosaico de capacidades y talento.

Limitaciones

Los obstáculos que pueden restringir el rango de acción de la investigación pueden encontrar su eje dentro del nivel de las técnicas de recolección de datos en la falta de cooperación de los encuestados, en especial de los alumnos cursantes de la Cátedra de Televisión, pues en base a sus respuestas se esbozará la perspectiva grupal que se tiene de la gestión de la disciplina académica, información relevante a la hora de estructurar los términos de la alianza entre la ECS y SADPRO.

Por otra parte, la bibliografía referente al tema de la gestión de la proyección de imagen organizacional a nivel de instituciones sin fines de lucro, como en efecto lo son las universidades y los subsistemas que la componen, es bastante limitada, pues la mayoría de la literatura referente al tema del manejo de imagen corporativa está referido a las empresas y organizaciones lucrativas.

A efectos de lograr potenciar un posible convenio entre la Escuela de Comunicación social y el SADPRO es importante contar con el apoyo de las autoridades universitarias pertinentes, puesto que la instrumentación del proyecto de investigación requiere de un fuerte componente de cooperación para evitar las barreras burocráticas y se pueda concretar la alianza en función de la comunidad universitaria.

Plan temático

Antecedentes

1. Gestión comunicativa dentro de las instituciones académicas:

1.1. Comunicación y las relaciones humanas:

1.1.1. La comunicación y los sistemas sociales

1.1.2. Comunicación global

1.2. Imagen Institucional:

1.2.1. Gestión de Proyección de Imagen Institucional

1.3. Identidad institucional:

1.3.1. Etapas de transmisión de identidad institucional

1.4. Estructura de Comunicación:

1.4.1. Componentes de la Estructura de Comunicación

1.5. Memoria Colectiva:

1.5.1. Sentido de pertenencia y arraigo

2. Relaciones interinstitucionales de la UCV

2.1. Política de cooperación universitaria en la UCV

2.1.1. Responsabilidad Social Universitaria

2.1.1.1. Manual de Responsabilidad Social Universitaria

2.1.1.2. La Universidad

2.1.1.3. Ámbitos de la Universidad

2.1.1.4. Pasos para la responsabilidad social

2.1.1.5. Impacto universitario

2.1.1.6. Ejes de Responsabilidad Social

2.2. Dirección de Cooperación y Relaciones interinstitucionales (DICORI)

2.3. Estructura organizativa de la UCV

2.3.1. Escuela de Comunicación Social

2.3.1.1. Cátedra de televisión

2.3.2. Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO)

CAPITULO II:

MARCO TEÓRICO

Antecedentes

Dentro de las investigaciones previas realizadas en el ámbito de la integración y cooperación interinstitucional de la UCV, destaca el trabajo de ascenso de la Lic. Carmen Lucía Galeno: **Estrategias de cooperación para el financiamiento de proyectos de investigación científica y tecnológica ejecutados por la UCV.**

En este trabajo de investigación aborda la gestión de una de las dependencias universitarias encargadas en el tema de la articulación de la UCV hacia la comunidad externa, La Dirección de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales (DICORI).

Entre las conclusiones a las que arriba el trabajo de investigación se encuentra que la ejecución de proyectos de investigación científica se ve trabada por límites financieros y especialmente por obstáculos a nivel de procedimientos burocráticos y protocolos para la postulación de proyectos. Dichos proyectos, responden a distintos niveles de cooperación entre la universidad y entes externos a ella.

Se destaca la imposibilidad de mantener nexos estables entre la UCV y otras instituciones externas para el desarrollo de proyectos académicos con función social debido a la falta de una política estable de cooperación interinstitucional desde la UCV.

Además, el trabajo de ascenso recalca que la debilidad en cuanto a la vinculación interna de la UCV ha sido una limitante de identidad como institución: “debida a la ausencia de canales de información y difusión efectivos que permitan la circulación permanente de información de lo que se está haciendo dentro de las diferentes estancias de la institución” (Galeno, 2007: 211).

Esto resulta en una nueva inferencia para la autora, y es que las fallas de promoción en cuanto a proyectos y actividades que se realizan en la UCV dificultan

la atracción de capitales interesados en la inversión y participación en dichos proyectos. “La propia Universidad, debido a su diversidad, magnitudes y complejidad, no conoce a cabalidad lo que en ella se hace... sólo con un pleno conocimiento de la institución , es posible organizar propuestas efectivas.” (Galeno, 2007:212)

En este sentido se desprenden dos premisas: la desarticulación de las dependencias universitarias, y la falta de canales de difusión efectivos que sirvan como medios de circulación de información que genere cohesión entre los objetivos institucionales que deben existir en la UCV como organización.

En este sentido, se recae en el principio de Responsabilidad Social Universitaria que debe tener la UCV con su comunidad. En esta área existe una investigación realizada por la Lic. María Guevara y Selene Betancourt, egresadas de la ECS, titulado: **Diseño de un modelo de Gestión Comunicacional para la Responsabilidad Social en Empresas Públicas y Privadas**; investigación en la que profundizan acerca de la importancia del principio de la responsabilidad social en el desarrollo de la comunidad y las instituciones de manera integral y de la manera en que debe gestionarse la comunicación corporativa.

Dentro de las conclusiones a las que arriban las autoras se encuentra el hecho de que todo programa fundamentado en la responsabilidad social debe encontrar directrices en la gestión comunicacional implícita en su ejecución. “Contar con una política comunicacional que informe oportunamente a sus audiencias claves sobre las actividades que está realizando... obtiene beneficios como:... identificación con la comunidad y fortalecimiento de la imagen” (Guevara y Betancourt, 2001:Conclusiones)

La idea de plantear un modelo de gestión comunicativa está relacionado, según las autoras, con el hecho de alinear la identidad institucional con la esencia de los objetivos que se pretenden alcanzar.

En este aspecto cobran importancia los estudios de conformación del sentido de pertenencia y de la identidad colectiva de las comunidades hacia los espacios de convivencia. En 2001, la Br. Yelitza Mendoza de la Escuela de Antropología de la UCV realizó un estudio titulado: **El Laurel: Memoria colectiva y sentido de pertenencia en un territorio popular urbano del Área Metropolitana de Caracas.**

De este estudio se puede rescatar la importancia que tiene el concepto de memoria colectiva, como un acervo de experiencias que vive una determinada comunidad (entendida como un colectivo asociado en un mismo espacio) para desarrollar el sentido de pertenencia y de apropiación psicológica del espacio que los rodea, identificándolo como un ente en el que deposita experiencias y saberes.

En el caso de las Universidades, caso específico el de la UCV, está conformada por distintas dependencias que alojan personal de distintas categorías académicamente hablando, que comparten gran parte de su tiempo en espacios asociados a la producción de conocimiento. Es por ello que cobra importancia la necesidad de activar mecanismos de identificación de la comunidad universitaria con la UCV como institución.

En el aspecto de la integración interinstitucional, uno de los aspectos más relevantes es el intercambio académico que se vive con el Programa de Cooperación Interfacultades. “El “Programa de Cooperación Interfacultades (PCI)” es una iniciativa emprendida en la UCV desde el año 2001, como un esfuerzo asociativo, para acordar modalidades de integración académica entre las Facultades participantes y desarrollar de manera conjunta actividades de interés común.” (<http://www.pci.ucv.ve>)

Aunque inicialmente se habían asociado las facultades de Ciencias Económicas y Sociales, Humanidades y Educación y Ciencias Jurídicas y Políticas, se fueron sumando paulatinamente las Facultades de Ciencias, Arquitectura y Urbanismo e Ingeniería.

Esta interrelación de facultades se dio con el objetivo de activar mecanismos de integración académica, colocando en práctica los principios de transdisciplinariedad, lo que permita abordar problemáticas con perspectivas más globales. Además de establecer un nexo entre las actividades de docencia, investigación y extensión.

Según su portal en internet <http://www.pci.ucv.ve>, los fundamentos teóricos en los que se basa el programa son:

Pensamiento complejo: como mecanismo de acercamiento a la búsqueda de soluciones de problemas cotidianos desde una dimensión más integral, teniendo como motor la generación de conocimientos. El principio del diálogo entre las Facultades y las distintas disciplinas que las integran es factor clave al momento de consolidar grupos de investigación heterogénea.

La transversalidad: que se expresa en la pedagogía que gira en función de ejecutar un programa académico con pilares que crucen los diferentes pens de estudios, permitiendo de esta forma la instrucción de valores que enriquecen la formación personal, profesional y ciudadana.

La flexibilidad curricular: con la finalidad de brindar versatilidad a los pens de estudios, lo que permita consolidar propuestas curriculares que se funden en la perspectiva multidimensional y el principio de integración.

La movilidad estudiantil y profesoral: lo que en todo sentido permite el intercambio de producción de conocimiento y aplicación de metodologías de estudio entre las Facultades suscritas al programa.

La cooperación: es el principio que mueve las jugadas de interacción entre los actores del Programa, fundamentado bajo el principio de integración académica, lo que se traduce en la complementación de los saberes para redimensionarlos.

1. Gestión comunicativa dentro de las instituciones académicas:

1.1. Comunicación y las relaciones humanas

La comunicación, en calidad de proceso social, ha pasado a constituir el principio de cohesión de la humanidad bajo la figura de sociedades. Desde jóvenes, los seres humanos son adiestrados en el manejo de herramientas que permitan la interacción y los intercambios comunicativos con el entorno.

La palabra comunicación es un término irritante, un inverosímil trastero donde se encuentran trenes y autobuses, telégrafos y cadenas de televisión, pequeños grupos de encuentro...una colonia de mapaches, porque los animales se comunican... Pero por la misma razón es un término fascinante.

(Wikin, 1990: 11).

La polisemia que envuelve al concepto de comunicación asociado a su carácter inherentemente social es lo que justifica su abordaje desde diversas disciplinas de estudio, desde la ingeniería hasta la filosofía y la lingüística.

Aristóteles precisó la concepción de la comunicación retórica como “la búsqueda de todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance” (Berlo, 1981:7). Esta visión de la comunicación consumada bajo los términos del alcance de la persuasión se mantuvo hasta la segunda mitad del siglo XVIII, cuando la comunicación se centraría en proyección de la imagen del emisor.

Por otra parte, el paradigma de análisis relacional-sistémico de la comunicación (Mucchielli, 1983: 50) abandona su concepción de fenómeno ligado a estados internos de la psicología del individuo para pasar a definirlo en función de las relaciones que mantiene con su entorno.

Este paradigma estudia las formas de interacción del individuo en los “juegos” sociales y las reglas que los rigen. Según el autor, el sistema de intercambios que

implica este modelo se rige por una homeostasis interna, es decir, cada uno de los actores del “juego” tiene una conciencia del rol que debe desempeñar para alcanzar el objetivo comunicacional de la interacción. Ejemplo de ello: La producción de un programa de televisión, donde los roles están asignados y existe una pauta base de jugadas interaccionales. Al igual que el funcionamiento de los distintos departamentos que integran una institución universitaria.

1.1.1. La comunicación y los sistemas sociales

La organización social se fundamenta en procesos de comunicación en la siguiente forma (Berlo, 1981: 85) :

Los sistemas sociales se producen a través de la comunicación: el sistema de roles se pauta a medida en que un colectivo interactúa y se vuelve interdependiente. Esto aumenta las posibilidades de asociaciones de individuos en función de alcanzar objetivos mancomunados, aumentando así las probabilidades del desarrollo social. “El primer paso para desarrollar agrupaciones sociales es aumentar las oportunidades de que la comunicación se produzca” (Berlo, 1981:85)

Una vez que se ha desarrollado un sistema social, éste determina la comunicación de sus miembros: la posición social que ocupe un individuo dentro del sistema determinará la dificultad con que puede relacionarse con miembros de escalafones superiores o inferiores. También determinará el contenido de los mensajes manejados por el perfil del rol ocupado. En el caso del ejemplo del programa de televisión, el camarógrafo maneja un lenguaje técnico, el conductor envía un mensaje audiovisual, etc.

La naturaleza del rol también será determinado por conductas normativas impuestas a los miembros del sistema y que se traduce en maneras de comunicarse, el desarrollo de un “estilo de sistema”

La comunicación influye en el sistema social, y éste, a su vez, influye en la comunicación: la similitud entre los miembros es un requisito que precede a la

consolidación del sistema, en el que se asocian individuos con personalidades cónsonas a un objetivo en común. Este elemento es lo que hace predecible el comportamiento de integrantes de un sistema determinado. En el caso de las instituciones o medios de comunicación, se puede predecir un perfil de las creencias y cosmovisión de sus empleados en base a la misión, visión o línea editorial del ente.

1.1.2. Comunicación global

En líneas generales los elementos que intervienen en el proceso comunicativo son: emisor, receptor, mensaje y canal. Berlo (1981:25) incluye las figuras de: codificador (quien cifra el mensaje) y decodificador (quien descifra el mensaje para lograr interpretarlo).

Sin embargo el autor destaca que al comparar los modelos del proceso comunicacional desarrollados por Laswell, Schramm, Moles, McLean y demás teóricos, acepta que existen grandes similitudes y que las diferencias radican en la suma o resta de elementos adaptados a la disciplina desde la que se abordó cada modelo.

Cabe destacar que lo sustancial de todos los modelos de comunicación se centra en la interrelación entre emisor y receptor. Los problemas de interferencia que surgen durante la transmisión del mensaje se conocen como ruido. Entre las fuentes de ruido se encuentran factores asociados al manejo inadecuado de los rasgos de identidad, la elección y uso incorrecto de canales de comunicación, y el manejo de un código poco inteligible para el público o receptor de los mensajes diseñados, en este caso, por las instituciones.

El tipo de comunicación empleado en las instituciones es el que define Christian Regouby (1989:63) como “Comunicación global”, basado en la premisa de que una institución comunica con todas y cada una de las acciones que realiza, enmarcados en la definición de la identidad del ente.

El autor también define el concepto de comunicación institucional como la expresión de su legitimidad en los ámbitos sociales. La comunicación institucional es vehículo de valores y de elementos asociados a la ideología del ente, lo que busca promover un nexo interactivo entre institución y ciudadano.

Sin embargo, Pascale Weil (1990:199) considera que la comunicación global no se reduce al aspecto netamente discursivo. Este modelo expresa la consonancia entre el “decir” y el “hacer” de la institución como elementos de configuración de la imagen.

1.2. Imagen Institucional:

El concepto de imagen es polisémico, las acepciones que recibe como fenómeno subjetivo desde la perspectiva gerencial se pasea por diversos autores, entre los que destacan:

“Un fenómeno de opinión pública, la síntesis que elabora un grupo social acerca de una institución a partir de la información que sobre ella recibe” (Memelsdorff y Rolando, 1985:16)

“...el registro público de los atributos identificatorios del sujeto social.” (Chaves, 1988:26)

“Es el cuadro mental, que de una persona, producto o institución tiene su mercado meta” (Naím, 1989: 538)

A efectos del proyecto de investigación se entenderá el concepto de imagen como la referencia mental proyectada a través de una idea o juicio de valor que un individuo forme a partir de un registro de percepción previa de un objeto, en este caso referido a instituciones.

En base a esta premisa, se entenderá como imagen institucional al fenómeno de opinión pública que se consolida en función de la percepción que los públicos

relacionados directa o indirectamente con una organización tengan sobre la misma, fundamentado en la manera en que esta se proyecta.

La relevancia que cobra la definición de estas nociones se justifica bajo la concepción de la Universidad Central de Venezuela como una institución sin fines de lucro, cuya naturaleza organizacional requiere de la gerencia de la imagen en función de consolidar su identidad de manera endógena, en primer instancia, para luego proyectarla de manera sólida al entorno.

1.2.1. Gestión de Proyección de Imagen Institucional

Se entenderá por Gestión de Proyección de Imagen Institucional al “conjunto de decisiones de la gerencia, que le permiten a la empresa proyectar una imagen basada en una identidad previamente construida y transmitida por un sistema de comunicación” (Tejada, 1987: XI)

La imagen es un aspecto que toda organización necesita manejar a través de herramientas de diseño, transmisión y control de componentes y agentes involucrados en la proyección de datos que provocan que los públicos perciban a la institución de una manera determinada en función de su misión y visión (Tejada, 1987: X)

La mayoría de las referencias bibliográficas no reflejan los procesos de gestión en el manejo de la imagen institucional en entes como: universidades, centros de salud, fundaciones benéficas, centros culturales y organizaciones sin fines de lucro en general. (Briceño, 1992)

El motivo por el cual la literatura de gerencia de imagen corporativa se centra en la gestión de las grandes organizaciones con fines de lucro puede encontrar justificación según Briceño, en el hecho de que los costos de una actividad asociada a la gestión de la imagen sólo puede ser manejado por organizaciones económicamente solventes, con entrada constante de capital.

Sin embargo, a pesar de que mucha de la literatura referente a la gestión de imagen está asociada a instituciones con fines de lucro, existen elementos que se pueden extrapolar al campo de la gerencia en otro tipo de instituciones por su naturaleza de organización, y por tener en común elementos tales como el manejo del capital humano y la necesidad de gestión de la comunicación.

Esta concepción de que las instituciones sin fines de lucro tienen menor necesidad de gestionar la imagen, reflejada indirectamente en la carencia de literatura referente al tema, pierde su sentido ante la premisa de que todo tipo de organización requiere, en mayor o menor medida, de un plan de gestión que integre el diseño de una imagen adaptada a su visión y de la activación de los mecanismos necesarios para la proyección de esa imagen. En el caso de universidades poco reconocidas o cuya reputación sea negativa es poco probable que atraiga estudiantes calificados e interesados en cursar una carrera universitaria con respaldo académico, igualmente no contará con el apoyo de la comunidad a la que se encuentre adscrita si proyecta una imagen negativa a la colectividad.

El aumento en la complejidad en la estructura organizativa de una institución hace que aumenten sus requerimientos en materia de planificación y establecimiento de directrices de la comunicación e imagen institucional.

Dentro del plan de gerencia de imagen implícito en el presente proyecto se daría a conocer a la universidad como ente generador de conocimientos a través de un seriado televisivo que integrará por una parte a dos organizaciones universitarias: La Escuela de Comunicación Social de la UCV (ECS) y el Sistema de Actualización docente del Profesorado (SADPRO) y a los estudiantes de pregrado con los modos de producción audiovisual y el acontecer en materia de cultural y científica de la UCV.

Estos procesos de integración refuerzan el sentido de pertenencia, aspecto clave para la proyección del capital humano de la institución y en la constitución de la identidad institucional. (Portugal y Halloran, 1986:43)

Además de que con la reformulación de la imagen de la universidad como ente generador de procesos culturales y proyectos de investigación se propulsaría la captación de presupuesto o de alianzas destinadas a potenciar dichos proyectos en función de un desarrollo fluido.

1.3. Identidad Institucional

El vocablo “Institucional” se presta para englobar indistintamente a todo tipo de ente, a pesar de que suele asociarse a corporaciones con un nivel de organización complejo (García Pelayo, 1977: 584).

El radio que cubre el término “Institución” suele abarcar desde una persona con trayectoria destacable, pasando por la legislación nacional, grupos religiosos, universidades, entre otras.

Los autores entendidos en el tema de la gerencia de imagen corporativa, definen la identidad institucional en función de características propias del ente. Puede ser definida como la adición de todos los mensajes constantes e indelebles que se proyectan al entorno interno y externo de una institución (Memelsdorff y Rolando, 1985:21).

Por otra parte, puede ser definida como “...el conjunto de los atributos que una empresa quiere proyectar para ser reconocida de ésta, y sólo de esa manera, por los públicos internos y externos” (Tejada, 1987:XII). Esto agregaría el carácter de planificación de los rasgos que se quieren programar al momento de constituir la identidad institucional.

El sentido de carácter endógeno de la identidad institucional se refleja al momento de definirla como “...el conjunto de atributos asumidos como propios por la institución.” (Chaves, 1988:24).

La diferenciación es un aspecto clave al momento de proyectar la identidad institucional, que entre otros elementos engloba rasgos que la individualizan: “...la

identidad corporativa procura la proyección de lo que hace especial a una compañía” (Portugal y Halloran, 1986:43)

Cabe destacar que los elementos constitutivos de la identidad institucional se definen a partir de las capacidades del ente (experiencias, destrezas, conocimientos y talentos)- que diferencian al ente y definen el proceso de formación de valores institucionales. (Ackerman, 1988:29)

Sin embargo, cabe destacar que la a identidad no es una extensión o carácter que la empresa ostenta per se, sino mas bien es el producto de una labor gerencial que consiste en descubrir sus habilidades mediante herramientas de autoevaluación y diferenciación institucional (Tejada, 1987:3)

En líneas generales, la identidad resume un conjunto de atributos que constituyen una autodefinición, que se proyecta al exterior del ente y llega hacia un público. La identidad recoge las capacidades únicas, lo que diferencia y hace especial a la institución frente a organizaciones análogas en función de la manera como quiere proyectarse.

En base a esta premisa, el concepto de identidad institucional cobra relevancia para la investigación en el sentido en que SADPRO y la ECS se asociarían por medio de una alianza estratégica en función de fortalecer la identidad institucional de la Universidad Central de Venezuela utilizando herramientas de integración interinstitucional y producción audiovisual, instrumentadas en el seriado televisivo.

La construcción de la identidad Institucional se daría en un primer nivel entre la ECS y SADPRO como organismos de un ente que los asocia, la Universidad. El Diseño de una alianza estratégica entre ambas dependencias requiere de un Plan de gestión comunicativa entre las partes , es por ello que debe existir mediadores que administren los recursos de todo tipo que se invertirán en la producción del seriado

La identidad Institucional tiene en este punto su segundo nivel de expresión , pues como producto de la alianza estratégica de la ECS y SADPRO, instrumentada

bajo la figura del seriado audiovisual que tiene como eje temático los procesos de producción creativa e investigativa que se llevan a cabo dentro de la comunidad, potenciaría la identidad institucional de la universidad como ente generador de conocimientos y reforzaría el sentido de pertenencia de quienes se asocian a las fases de producción del seriados y quienes perciben el producto final.

1.3.1. Etapas de transmisión de identidad institucional

La transmisión de la identidad institucional es una de las fases contempladas en la comunicación organizacional, y se despliega de la siguiente manera: (Tejada, 1987:87)

- Diseño de estrategias de transmisión de los mensajes, que establecen qué decir, a quiénes, cuándo, cómo, por cuáles medios y en general el conjunto de variables que constituyen el proceso de producción de mensajes. En el caso del proyecto estaría adaptado a la fase de preproducción del seriado, previa discusión de los temas a tratar en función de lo que se quiera proyectar.
- La preparación de los soportes o piezas portadoras de los rasgos de identidad. En este caso, el seriado audiovisual como producto final
- Transmisión de esos mensajes a los públicos, haciendo uso de los canales de difusión disponibles.

1.4. Estructura de Comunicación

La transmisión de la identidad institucional está asociada a la figura de Estructuras de Comunicación Institucional a lo interno de las organizaciones (Tejada, 1987: 85) definidas como el área funcional concebida y presta a la operación y gerencia de todas las actividades asociadas con la proyección y el mantenimiento de la Imagen Institucional.

Las operaciones que se gestan desde la Estructura de Comunicación son funciones asociadas a la labor de planificación, diseño, desarrollo y puesta en marcha

de estrategias que constituyen un plan de proyección y mantenimiento de la imagen en el que se articulan todos los factores y actores involucrados en el proceso de comunicación institucional. Principalmente son:

- Identificación de los públicos (receptores) que competen a la institución.
- Consolidación del mensaje base que dará sustento a la Identidad Institucional y que será reflejado al público meta.
- La elección de las herramientas apropiadas para el desarrollo de los mensajes y de los canales de transmisión por los que se difundirá.
- La producción de los soportes físicos a través de los cuales queda respaldo tangible de los rasgos de la identidad.
- La organización y la observación de la difusión de los mensajes para que la identidad alcance, de la manera más adecuada, los intereses primarios de la institución.
- La inspección constante sobre la imagen proyectada, lo que incluye las funciones de diagnóstico del estado de la imagen y los mecanismos de consolidación o cambio cuando sea oportuno.

Desde este punto de vista la estructuración del seriado requiere de esta figura que instrumente la gestión comunicativa interinstitucional, pues permite asumir el rol comunicacional y la importancia para alcanzar objetivos estratégicos y redimensionar los cambios que orienten a alcanzarlo. La habilitación de un espacio donde confluya la comunicación entre actores interinstitucionales (ECS Y SADPRO) en función de dar respuesta a la manera en que se proyectará la identidad universitaria.

Por otra parte, los costos operativos asociados a los elementos que integran la plataforma de una Estructura de Comunicación varían depende de la complejidad organizacional y de los problemas de imagen. Las alianzas reducen al mínimo, sobretodo en el caso de entes intrauniversitarios que se asocian en función de dar respuesta a sus inconsistencias institucionales y de la estructuración de proyectos en común en función de la Universidad.

A pesar de que conceptualmente las nociones se acercan bastante en cuanto a que ambas figuras dirigen esfuerzos en pro de la imagen institucional, la estructura Comunicacional se diferencia del Departamento de Relaciones Públicas, en cuanto este último generalmente no tienen el peso necesario en la toma de decisiones del resto de las áreas funcionales del ente. El departamento de Relaciones Públicas no tiene pertinencia en los asuntos de la dinámica organizacional más allá de una labor de proyección de imagen.

1.4.1. Componentes de la Estructura de Comunicación

La Estructura de Comunicación debe contar con la naturaleza de cualquier otro departamento, incluyendo un equipo de profesionales o personal proactivo, que presten exclusiva dedicación a los procesos y operaciones de manejo de la imagen institucional y la comunicación organizacional.

La Estructura de Comunicación está constituida por una subestructura interna y una externa (Tejada, 1987:88). La subestructura interna facilitaría la consolidación de la Identidad institucional, basado en la premisa de que los miembros de una institución son seres humanos y por naturaleza tienen la necesidad de pertenencia, de sentirse parte de un colectivo y de cubrir su rol en el sistema institucional.

El refuerzo de la identidad, mediante de la difusión constante de valores potenciará las creencias fundamentales para que la cosmovisión de los empleados sea cónsona con los rasgos de identidad emanados hacia el entorno. Esto contribuye a cohesionar al grupo en torno a la organización, su misión, visión y gestión.

Por otra parte, la subestructura externa de la Estructura de Comunicación tiene como objetivos la proyección de la imagen institucional alrededor de los públicos externos mediante la transmisión y mantenimiento de la identidad institucional, utilizando como herramientas: la publicidad y las relaciones públicas.

Como se puede observar, los beneficios asociados a la Estructura de Comunicación como espacio de encuentro de actores interinstitucionales tiene como

beneficios el propiciar un ambiente de apoyo de la opinión pública y comunidad en general ante contingencias de la institución. Seguridad de amparar una sólida posición ante entidades análogas, además de obtener un conocimiento profundo de la institución a la que se pertenece, observando fortalezas y debilidades, sus posibles causas para atacar las problemáticas desde su núcleo.

Con la figura de la Estructura de Comunicación se logra una mayor cohesión entre los miembros de la comunidad institucional que hacen vida en el campus universitario, lo que alimenta su sentido de pertenencia y en consecuencia, mayor será la valoración del rol que se desempeña en función de involucrarse con las tareas pertinentes, lo que se traduciría en un mejor producto final en el alcance de los objetivos institucionales.

1.5. Memoria Colectiva

El concepto de memoria colectiva es importante dentro de la investigación para determinar los aspectos relacionados con la formación de la identidad institucional alrededor de un espacio físico y subjetivo en el que confluyen individuos que conviven durante cierto periodo de tiempo dentro de la UCV y sus áreas, alimentando el imaginario y la identidad colectiva del ente.

Maurice Halbwachs (1847-1945) es uno de los pioneros en el desarrollo de estudios referentes a la memoria colectiva. También fue representante de la escuela de sociología fundada por Emile Durkheim, del cual tomó como punto de partida los postulados de conciencia colectiva y prioridad existencial de la memoria de Berson.

La teoría que compuso Halbwachs acerca de la estructuración de la memoria colectiva parte de la asociación de tres ideas trascendentales: a) Ser es perseverar b) Sólo es dado perseverar en el ser por medio de la memoria b) La memoria se construye socialmente (Cfr. Ramos, Ramón;1989).

El perseverar necesita dotarse de la continuidad para establecer lazos temporales y de sentido entre las impresiones y los acontecimientos,

por medio de la identidad podrá predicarse a sí mismo como sujeto pasivo o activo de todo lo que ocurre ... la continuidad y la identidad sólo son posibles por medio de la memoria, es decir, que , para ser los hombres tienen que recordar. (Ramos, Ramón; 1989:65)

En este sentido la construcción de la memoria es primordial durante el proceso de aprendizaje, pues si no existiese un registro constante de las experiencias pasadas no existiría manera de retener o fijar la información dentro del colectivo y su cotidianidad, en consecuencia se estaría inmerso en un constante reconocimiento del entorno.

Es por ello que los autores refieren que la construcción de la memoria colectiva se justifica bajo registros de código oral o con soportes, en el caso de comunidades universitarias, donde existe un flujo constante de egreso e ingreso de estudiantes que tienen una premisa de identificación con el entorno, que debe verse reforzado por dichos instrumento para la fijación y transferencia de los rasgos de identidad y que su naturaleza facilite el alcance a los públicos y la durabilidad en el tiempo.

La memoria colectiva se enmarcaría dentro de un proceso en el cual se evidencian, a través de la evocación del recuerdo, las características del pasado y el presente de la comunidad (en este caso universitaria) en función de la cual poder contrastar cambios dentro del colectivo. (Ontiveros, T: 1995:82).

Rupert Sheldrake señala que los organismos heredan una memoria colectiva de sus antepasados, "... las influencias causales formativas se transmiten a través del espacio y el tiempo, y se supone que estas influencias no se desvanecen con la distancia en el espacio y el tiempo y proceden únicamente del pasado..." (1990: 568)

Este concepto, que consigue asociarse más hacia la memoria colectiva en centros poblados donde hay un colectivo asentado geográficamente, se puede extrapolar a la vida universitaria debido a que hay un arraigo hacia un espacio,

referido a la infraestructura donde estudiantes y comunidad universitaria en general pasa gran parte de su tiempo y construye buena parte de sus experiencias y relaciones de vida.

La infraestructura universitaria como espacio en que se asocia la cultura, investigación científica, convivencia profesional y personal es un elemento clave al momento de abordar el tema de la identificación entre comunidad y el espacio físico universitario. “Cada detalle del sitio es reconocido y vivenciado por sus miembros (...) es por esta razón que los espacios fijos permiten y aseguran la continuidad del grupo” (Halbwachs, 1968: citado por Ontiveros: 1995)

Sin embargo, es importante destacar que la Universidad no debe verse reducida conceptualmente a su infraestructura, he aquí la importancia de desarrollar el componente de cohesión social como lo es la memoria colectiva, en función de la construcción de la identidad institucional, como agente que mantenga sólidas las bases de la universidad más allá de un espacio físico.

Para García (1992) el espacio puede ser definido como:

“...una fuerza de cohesión social. Todos los individuos cuentan con un sistema múltiple de adscripciones territoriales que les vinculan a otras personas: una casa, un pueblo, una región, un país, etc... Con todas ellas en distintos contextos sociales se produce algún tipo de identificación (...) el espacio aparece como una unidad, como aglutinante de diversidad, como referente de un colectivo.” (García , 1992: 401)

La manera en que el individuo se apropia de un espacio determinará los nexos que establezca en función de un arraigo. La universidad posee una carga simbólica que permite a los miembros de su comunidad la integración en calidad académica y humana que aumenta con las vivencias interpersonales. “No sólo hacen alusión a los lugares públicos, sino también a la manera de apropiación de los espacios cotidianos más próximos al individuo y a la colectividad” (Ontiveros, Teresa, 1995:15)

1.5.1. Sentido de pertenencia y arraigo

En base al concepto de memoria colectiva se deriva la noción del sentido de pertenencia, pues la memoria se alimenta de recuerdos que van haciendo un mosaico que permite crear un lazo emocional entre el hombre y su entorno. En este sentido, la memoria y el espacio pasan a ser constructores de identidad que permiten el reconocimiento a nivel colectivo y particular.

Uno de los condicionantes en el grado de arraigo que experimenta el individuo es la fracción de tiempo que abarca la convivencia en el espacio, en teoría mientras más tiempo más arraigo. Para Villarroel (1994) el arraigarse “es disfrutar el derecho de ser identificados por el nombre y el apellido conforme al código cultural...” (72)

La memoria es un constructo que facilita la estructuración de una cosmovisión particular donde se despliega la personalidad de cada uno de los individuos que conforman un colectivo. Esto fomenta el reconocimiento tomando al entorno de referente, lo que consolida el principio de identidad.

En todo caso, memoria y arraigo facilitan la estructuración del sentido de pertenencia, todos constructos a su vez de la identidad grupal que permite la articulación de la convivencia en los espacios. “Poseer identidad es tener un significado de la vida, capacidad para aprender de las experiencias y una comunicación interpersonal mediante la cual el sujeto pueda relacionar lo que ha sido con lo que es y con lo que se aspira y puede ser en el futuro...” (Armada, 1980:49)

2. Relaciones Interinstitucionales de la UCV

2.1. Política de Cooperación Universitaria:

La Política de Cooperación Universitaria está conformada por las directrices que guían las relaciones de cooperación dentro de la UCV y actores externos, y las características de interacción que están presentes al momento de buscar nuevos mecanismos de vinculación.

El Prof. Bejamín Sanchez, Ex Director de la Dirección de Cooperación y Relaciones interinstitucionales (DICORI) considera que se deben reformular los principios de la política universitaria de cooperación. Plantea la posibilidad de trabajar de manera integrada a nivel interno para poder prescribir una estrategia firme de cooperación hacia el exterior. (Galeno, 2007:115).

La naturaleza rígida y poco dinámica de la gestión universitaria en general es otra de las limitantes que impide la formación de figuras institucionales flexibles que den respuesta rápida a los actores que integran la relación de la Universidad con el entorno interno y externo de la sociedad.

Es importante destacar la importancia de la integración institucional, con respecto a la necesidad de articulación interna haciendo uso de los mecanismos de información, orientación y promoción adecuados a atender los problemas de desconocimiento en diversos niveles.

Por ejemplo, el mismo desconocimiento que por parte de las propias instancias que integran la universidad tienen con respecto a lo que se hace en otras dependencias es una limitante definida por el Dr. Gaspare de la Vega como la ausencia de una visión global debido a la parcelamiento de las funciones. (Galeno, 2007:131)

En líneas generales, se observa que la política de cooperación universitaria tiene deficiencias a nivel de la formulación de estrategias de promoción de lo que se está llevando a cabo a nivel interno y externo, lo que favorece en gran medida a la desarticulación interna y la desvinculación con el social. En este sentido existe una problemática con doble vertiente: no se promocionan las actividades que pudiesen dar respuestas a problemáticas sociales del entorno y existe un desconocimiento de las mismas a nivel interno.

2.1.1. Responsabilidad Social Universitaria

La Responsabilidad Social Universitaria (RSU) es un concepto emergente que pretende dar respuesta a la manera en que influyen fases e implicaciones que traen las

actividades llevadas a cabo por las instituciones de educación superior sobre su entorno social, y de cómo aprender a canalizar los procesos de generación y aplicación de conocimientos en función de la misma.

El concepto de RSU tiene sus antecedentes en la Iniciativa de Capital Social, Ética y Desarrollo constituida en 2002 por el Banco Interamericano de Desarrollo, y que cimentó las bases para “actuar como factor catalizador para impulsar las temáticas de ética, desarrollo y capital social por parte de gobiernos, partidos políticos, entidades empresariales, sindicatos, universidades ... y todas las instituciones que trabajen por el bienestar colectivo en las sociedades del continente”. (BID, 2002: 1)

En este sentido, la RSU promueve a que las instituciones de educación superior reformulen sus políticas de vinculación con el entorno social, lo que les permitirá potenciar su identidad como organización, a través de la implementación de una gestión que permita la autodiagnóstico de la forma en que los procesos que se generan dentro de la universidad responden o no al desarrollo de políticas de desarrollo sustentable.

2.1.1.1. Manual de Responsabilidad Social Universitaria

La publicación “Responsabilidad Social Universitaria: Manual de Primeros Pasos” bajo la autoría de François Vallaëys , Cristina de la Cruz y Pedro M. Sasía, es el primer manual que se divulga acerca de la responsabilidad social en las instituciones de educación superior. “Esta condición de “primerizos” nos obliga a ser humildes en cuanto a nuestras pretensiones: se trata simplemente de indicar cuáles son los primeros pasos necesarios para la RSU, no de exponer un modelo acabado para copiar y replicar fielmente.” (2009: 1)

En este sentido, esta obra representa una pauta al momento de la consolidación de principios que permitan el principio de cohesión y desarrollo integral en materia de responsabilidad social universitaria.

El manual ofrece un conjunto de instrumentos para acompañar a las universidades y otras entidades de educación superior en el diagnóstico de la efectividad de su relación con la sociedad. Además, incluye instrumentos para identificar áreas de intervención y medidas para mejorar sus actividades diarias de gestión, docencia, investigación y extensión.

(2009: viii)

El Manual se tomará como referencia para la elaboración de las condiciones del plan de Gestión Comunicacional que permitirá modelar la alianza entre las ECS y SADPRO debido a que cuenta con el aval equipo de especialistas que han estudiado la naturaleza de los espacios que conforman el ámbito universitario latinoamericano y del modelo de aplicación de la responsabilidad social organizacional. El componente de profesionales está integrado por el profesor François Vallaes, filósofo francés residente en el Perú, experto en la teorización de la RSU y consultor de la Iniciativa en RSU desde el año 2003, Cristina de la Cruz y Pedro Sasia, ambos integrantes de la comisión de trabajo de Ética empleada a las organizaciones de la Universidad de Deusto (España).

2.1.1.2. La Universidad

“Ninguna universidad puede autoproclamarse socialmente responsable, pero todas pueden responsabilizarse por sus vínculos e impactos sociales”(2009: 9). En este sentido es importante recalcar que la responsabilidad social constituye un área que se sigue gestando dentro de los procesos que se llevan a cabo en organizaciones y empresas.

El concepto que de Universidad se establece en este manual cumple con las características que pretende esbozar el modelo de alianza estratégica ECS- SADPRO

Una universidad es una organización en la que muchas personas piensan, investigan y aprenden, pero no necesariamente lo hacen en forma articulada y dirigida hacia un mismo propósito institucional. La responsabilidad social le

exige a la universidad ser una organización que se piensa, se investiga y aprende de sí misma para el bien de la sociedad.

(2009:10)

2.1.1.3. Ámbitos de la Universidad

Según el Manual, el desarrollo de la responsabilidad social se lleva a cabo en cuatro ámbitos dentro de la universidad (p.2):

- **Ámbito organizacional:** en calidad de organización que estructura su gestión en función del concepto de Universidad con bases en disposiciones legales y políticas específicas que permiten la promoción de su misión y visión. Este ámbito concibe a la universidad como institución que administra y consume recursos de todo tipo (capital humano, recursos naturales, etc).
- **Ámbito educativo:** hace referencia a la Universidad como ente de instrucción académica que se hace cargo del proceso de formación del estudiantado en el campo de la especialización profesional y cívica..
- **Ámbito del conocimiento:** hace referencia a la Universidad como institución que genera conocimientos “que investiga, que produce saber y lo transmite”(p.2).
- **Ámbito social:** este ámbito se refiere a la Universidad como ente que forma parte de un entramado social conformado por agentes de la sociedad con los que interactúa en diversos niveles.

2.1.1.4. Pasos para la responsabilidad social

El manual define una pauta de pasos que guíen el cumplimiento de los procesos de responsabilidad social dentro de las universidades (p.12) , en base a los

cuales se pretende modelar el plan de gestión comunicativa inmerso en la alianza ECS-SADPRO:

Primer paso: el compromiso

Consiste en la alineación de la RSU con el proyecto institucional, la misión, visión y los principios que rigen a la universidad. Este paso tiene un gran componente en la concientización de los actores que se encuentran en desde los cargos institucionales y la participación de la comunidad en general, integrada por profesores, estudiantes, personal administrativo y autoridades en general. Es necesario también designar una comisión o departamento que tenga funciones pertinentes a este punto.

Segundo paso: el autodiagnóstico

“Presenta las herramientas cuantitativas y cualitativas para el diagnóstico de los cuatro ámbitos clave de las universidades (ámbito de la gestión de la organización, ámbito de la formación educativa, ámbito del conocimiento y la investigación, y ámbito de la participación social)”(p.4). Se relaciona con todo lo referente a los mecanismos que dispone la institución para desarrollar la autocrítica en sus procesos de gestión.

Tercer paso: el cumplimiento

En esta etapa se realiza un contraste entre los resultados arrojados en la fase anterior y los objetivos que propone la universidad. De esta manera se pretende determinar las virtudes y necesidades en función a las cuales determinar las áreas a mejorar y componer los proyectos de responsabilidad social, en función de involucrar a los miembros de la comunidad universitaria para potenciar los logros desde adentro.

Cuarto paso: la rendición de cuentas

Esta etapa brinda una serie de postulados para evaluar y difundir de forma clara y objetiva los resultados obtenidos de los proyectos institucionales de RSU, con

la finalidad de perfeccionar las habilidades organizacionales y comenzar de nuevo un ciclo de gestión enfocado en los puntos en que las dificultades tuvieron mayor peso.

Con respecto al punto de las alianzas estratégicas, el Manual de RSU establece que refuerzan la participación para el desarrollo sostenible:

La organización debe entenderse como parte de un entramado social amplio y complejo, en el cual puede cumplir una tarea destacada de intermediación para acercar intereses complementarios. Trascender la mirada de la propia institución para forjar alianzas incrementa el capital social del entorno y le permite avanzar desde una lógica reactiva (de adaptación) hacia una lógica proactiva (de innovación), creando nuevas solidaridades para la solución de problemas sociales y ambientales. Así se evita el riesgo de egoísmo de la organización.
(p.7)

2.1.1.5. Impacto universitario

La aplicación de los pasos para el cumplimiento de la responsabilidad social tiene una serie de impactos que se reflejan de la siguiente manera (p.9):

Impactos organizacionales

En calidad de institución en la cual existe un plantel de empleados, la universidad tiene un peso importante en el desarrollo de la vida cotidiana del personal a nivel administrativo, docente y estudiantil, y la manera en que estructura sus actividades diarias tiene consecuencias ambientales. En este sentido la Universidad socialmente responsable debe cuestionarse por su impronta social y ambiental que deja.

Impactos educativos

El impacto que tiene la universidad a nivel educativo sobre los estudiantes y profesionales que hacen vida en la comunidad se refleja en la conformación de su

escala de valores y cosmovisión. Influye de la misma manera en la estructuración de la deontología profesional y así como la definición de las directrices que rigen la ética profesional en cada una de las Facultades que la componen, así como el papel que juegan a nivel social. En este sentido la Universidad socialmente responsable debe cuestionarse la calidad de las metodologías y procesos en general inmersos en la instrucción y formación de los profesionales que egresan de sus aulas.

Impactos cognitivos

Las instituciones de educación superior tienen un impacto cognitivo en calidad de entes generadores de conocimiento que tienen a su disposición un personal dedicado a los procesos de investigación y manifestaciones creativas que crean la matriz de los que se conoce en la sociedad como verdad, ciencia, lógica, legalidad, beneficio, cultura, etc. Las diversas Facultades y escuelas que las conforman y la manera en que integran los procesos informativos entre ellas fomenta (o no) la segmentación y alejamiento de los saberes en la manera como delimitan los ámbitos de cada disciplina o carrera. Facilita la incorporación de tecnologías en especial las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), que posibilita una ampliación en las posibilidades de acceso a la información en diversas escalas. La universidad en este sentido define y selecciona los problemas de la agenda científica y debe cuestionarse acerca de qué tipo de conocimientos está generando y si están alineados a los intereses de la comunidad.

Impactos sociales

Las instituciones de educación superior tienen un papel importante a la hora de fomentar (o no) el desarrollo sustentable de la comunidad, a través de la creación de capital social, la vinculación de los estudiantes con su entorno social inmediato, así como la manera en que garantiza los mecanismos de acceso a la información.

En este sentido, la Universidad socialmente responsable se cuestiona acerca de la manera en que puede facilitar mecanismos de resolución y canalización de problemas que aquejan a la sociedad.

2.1.1.6 Ejes de responsabilidad social

El Manual de Responsabilidad Social Universitaria establece 4 ejes sobre los cuales las universidades puedan fundar sus propias estrategias de responsabilidad social: (p.13)

Campus responsable

Este tópico hace referencia a lo relacionado con la gestión socialmente responsable de la universidad y los procesos organizacionales referentes al clima de trabajo, la administración de los recursos humanos, las políticas internas y la gestión de uso de los recursos ambientales. El objetivo de este eje se enfoca en fomentar una actitud institucional comprometida con el desarrollo social que involucre a los integrantes de la comunidad universitaria en general, lo que les permite internalizar y compartir las normas de convivencia éticas de la institución.

Según el Manual (p. 14), la pregunta que permite la ejecución de este eje es: “¿cómo debe la universidad promover un comportamiento organizacional responsable basado en prácticas éticas, democráticas y ambientalmente sostenibles?”

2. Formación profesional y ciudadana:

Este eje está referido a la formación académica de los estudiantes en cuanto a pensar de estudios, pedagogía e instrucción, etc. Dentro de la formación profesional debe existir el componente de desarrollo de responsabilidad social que permita al alumno guardar una relación íntima con los problemas reales que a todo nivel se dan en la comunidad en la que se encuentra inmerso .

“El aprendizaje solidario basado en proyectos sociales, como por ejemplo la cada vez más difundida metodología del aprendizaje-servicio”(p.14). En este punto se

hace referencia a como los proyectos de servicio comunitario pueden ser suscritos a procesos de responsabilidad social que permiten al individuo aplicar sus conocimientos adquiridos.

Según el Manual (p. 14), la pregunta que permite la ejecución de este eje es: “¿cómo debe la universidad organizarse para formar ciudadanos comprometidos con el desarrollo de la sociedad?”

3. Gestión social del conocimiento:

“Es la gestión socialmente responsable de la producción y difusión del saber, la investigación y los modelos epistemológicos promovidos desde el aula.”(p.15). La meta en este punto es establecer las directrices de generación de contenidos en función de dar respuesta a una problemática social

Es válida la asociación con actores externos a un ente para fomentar la participación y transdisciplinariedad en los procesos de generación de los conocimientos. La fase de difusión de la información esta comprendida en este eje como mecanismo de acceso a los resultados de los procesos investigativos y creativos que lleva acabo la universidad y que son dispuestos a la orden de la sociedad , quienes tiene la potestad de aplicarlos en función de validarlos en el entorno social.

Según el Manual (p. 15) , la pregunta que permite la ejecución de este eje es: “¿qué conocimientos debe producir la universidad, y con quiénes y cómo debe difundirlos para permitir su apropiación social y atender las carencias cognitivas que afectan a la comunidad?”

4. Participación social:

Este eje se funda en el principio de la involucración de las instituciones de educación superior dentro de lala comunidad con la finalidad de erigir proyectos que vinculen a ambos actores en la búsqueda de generar y contrastar conocimientos que consolide el aprendizaje bidireccional y el desarrollo sustentable.

La manera en que las universidades se involucran en la sociedad no debe limitarse al simple apoyo en circunstancias determinadas, si no a capacitar grupos de comunidades en los que se promueva el conocimiento aplicado. “Se trata de la reunión de diversos actores universitarios y no-universitarios para trabajar en equipo alrededor de un proyecto social consensuado, de tal modo que la acción colectiva asegure un aprendizaje permanente entre todos “ (p.15)

En el Manual, la pregunta guía de para este eje se formula de la siguiente manera “¿cómo puede la universidad interactuar eficazmente con la sociedad para promover un desarrollo más humano y sostenible? (p. 15)”

Estos cuatro ejes de responsabilidad social universitaria se retroalimentan permanentemente para la creación de una dinámica de mejora continua de la responsabilidad, conjugando una mayor permeabilidad de la institución con una mayor pertinencia social de sus procesos organizacionales y académicos.

La RSU propone además transformar a la universidad y su entorno social en laboratorios para aprender, enseñar, investigar e innovar: por un lado, un campus responsable representa un excelente laboratorio interno para desarrollar investigaciones socialmente responsables, al mismo tiempo que constituye un modelo ejemplar de coherencia institucional para la formación ética de los estudiantes. Por otro lado, los diversos programas sociales en comunidad constituyen el lugar ideal para la formación profesional y ciudadana y para darle a la enseñanza la significación de servicio solidario que le falta en las aulas. Asimismo, dichos programas sociales permiten vincular estrechamente las demandas sociales de innovación para el desarrollo con la generación y gestión del conocimiento especializado en forma socialmente pertinente. (p.15)

2.2 Dirección de Cooperación y Relaciones interinstitucionales (DICORI)

Durante el año 1973, la UCV toma conciencia de la importancia de las relaciones interinstitucionales para el desarrollo humano y crea la División de

Cooperación Interinstitucional que para el año de 1992 pasará a conocerse como la Dirección de Cooperación y Relaciones Interinstitucionales (DICORI).

Esta dependencia tiene funciones de promoción del saber científico y humanístico, la competitividad y las capacidades creativas de la comunidad universitaria haciendo uso de los nexos fomentados por relaciones de Cooperación y de los mecanismos asociados a su buen funcionamiento con organismos en el plano nacional e internacional, teniendo como eje el potenciamiento de la universidad como ente generador de conocimiento y la constitución de una imagen sólida hacia el entorno. (De García, 1998:10).

DICORI cuenta con un aproximado de 74 convenios vigentes con universidades nacionales, empresa privada y organismos del Estado. Entre las empresas privadas con las que se han suscrito convenios nacionales destacan: Johnson & Johnson, Sodexho, Constructora Norberto Odrebecht e IBM. En el ámbito internacional son aproximadamente 102 convenios vigentes con instituciones extranjeras y las universidades de Florencia, Republica Checa, Uruguay, Colombia, Chile y Brasil (Colina, 2008: 3)

Esta dirección ha logrado establecer importantes vínculos a nivel nacional e internacional que en repetidas ocasiones no se han aprovechado de la mejor manera ante la ausencia de una política y estrategia institucional concreta que permita su prolongación.

Llama la atención que dentro de la mayoría de los convenios nacionales no existan acuerdos intrainstitucionales, alianzas estratégicas entre organismos que integran la universidad y que permitan consolidar principios de identidad sobre los cuales proyectar una imagen sólida hacia el entorno social.

Cabe destacar la importancia que actualmente cobra la cooperación interinstitucional en todo nivel, lo que permite una formación constante de personal docente, estudiantil y el aprendizaje de nuevas herramientas y mecanismos de

desarrollo, lo que se instrumental bajo la estructuración de proyectos mancomunados que potencian recursos y voluntades en todo nivel. (De García, 1998:10)

2.3 Estructura organizativa de la UCV

La Universidad es concebida como una comunidad en la que confluyen profesores y estudiantes que están al servicio de la nación por medio de la búsqueda de mecanismos académicos que permitan esclarecer problemáticas sociales en pro de la consolidación de principios humanos. (Ley de Universidades, 1970: Art 1-2)

Según la Ley, la universidad debe “realizar una función rectora en la educación, la cultura y la ciencia. Para cumplir esta misión, sus actividades se dirigirán a crear, asimilar y difundir el saber mediante la investigación y la enseñanza” (1970: Art 3) En este sentido, la universidad debe disponer de mecanismos que permitan informar acerca de lo que se está llevando a cabo en la comunidad, respondiendo a un principio de responsabilidad social.

La figura de las Escuelas es contemplada como el espacio dentro de cada Facultad donde se destina la investigación especializada por disciplina de estudio (Ley de Universidades, 1970: Art 68). A su vez, las escuelas están constituidas por departamentos y cátedras. La cátedra entendida como la unidad académica primaria donde uno o más profesores imparten una determinada materia. El Departamento está constituido por un conjunto de Cátedras cónsonas en materia de investigación. (1970: Art 69)

2.3.1 Escuela Comunicación Social

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela fue fundada en octubre de 1946, comenzó como Escuela de Periodismo que impartía cursos de 2 años. Durante la dictadura del Marcos Pérez Jiménez fue cerrada y se apertura nuevamente como Escuela en 1958.

Para 1970 se aprueba un pensum de 5 años dividido en menciones: periodismo impreso, comunicación audiovisual y relaciones públicas y publicidad. Luego sufrió modificaciones y a partir de 1987 entra el plan curricular vigente que no contempla las menciones en función de ampliar la cosmovisión del profesional. (<http://www.ecs.human.ucv.ve/PortalEcs>)

El portal de la institución destaca que la Escuela es el ente académico administrativo adscrito en la Facultad de Humanidades y Educación de la UCV que cumple con lo contemplado en el artículo 3 de la Ley de Universidades: “difundir el saber mediante la investigación y la enseñanza, completar la formación integral iniciada en los ciclos educacionales anteriores y formar los equipos profesionales y técnicos que necesita la Nación para su desarrollo y progreso” en el área de la Comunicación Social.

La escuela cuenta con 8 departamentos entre los que se enuncian: Comunicación Audiovisual, Métodos, Comunicación visual, Periodismo, Lengua y Literatura, Ciencias políticas y sociales, Publicidad y relaciones públicas y Ciencias de la Comunicación. El departamento de Comunicación audiovisual se compone de las cátedras de: Fotografía, Cine, Radio y Televisión.

2.3.1.1 Cátedra de televisión

La cátedra de televisión se encuentra integrada por la materia de Televisión I (como única obligatoria) y demás adscritas al plan variable entre las que se enuncian: Televisión II, Entrevista Audiovisual, Lenguaje y Modos de Producción audiovisual.

La materia Televisión I, por su naturaleza de obligatoria, debe ser cursada por los estudiantes que alcancen el sexto semestre de la carrera, se destinan 4 horas semanales teórico-prácticas, lo que permite acumular 3 créditos de ser aprobada la asignatura.

El alumno cursante de esta Cátedra, se encuentra prácticamente en la antesala de la culminación de su carrera y ya muchos se desempeñan

profesionalmente. Requieren, por tanto, de una forma precisa y directa del conocimiento teórico y práctico que los ayude a un mejor desenvolvimiento, razón que explica el porqué el alto componente práctico de la materia

(Bracamonte, 2009: 3)

Los objetivos planteados en el programa semestral de Televisión están referidos a la elaboración de un noticiario, lo que permitiría al estudiante acercarse al medio televisivo y sus características específicas, técnicas básicas, fases de producción, narrativa audiovisual, destrezas escénicas extrapolables a cualquier otro género televisivo.

2.3.2 Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO)

El Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO-UCV) es una dependencia del Vicerrectorado Académico de la UCV y es concebido como “ Un organismo de carácter experimental , orientado a la investigación y desarrollo , creado por el Consejo universitario de la UCV, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 4, 24 y 26 de la Ley de Universidades.” (Dorrego, L .2003: 14).

En este sentido, la misión de la institución está orientada a potenciar la política de reforzamiento integral del profesor universitario de la UCV en pro de la elevación de la calidad de la enseñanza y de los procesos y productos implícitos en la vida académica.

Su visión tiene como eje la mejora en la imagen que proyecta la UCV ante el país e Iberoamérica, mediante la capacitación del personal docente que permita fundar los principios necesarios para alcanzar objetivos en la generación de conocimientos.

SADPRO se estructura organizacionalmente en Subsistemas, entre los que se enuncian: Subsistema de Investigación, Subsistema de Docencia, Subsistema de Recursos, Extensión y Divulgación, Subsistema de Gestión.

Dentro del Subsistema de Recursos, extensión y divulgación se encuentra la Unidad Audiovisual, encargada de prestar apoyo técnico y dar cobertura a los procesos en los que SADPRO requiera asistencia y apoyo en el formato audiovisual.

CAPITULO III:

MARCO METODOLÓGICO

Naturaleza de la Investigación

La naturaleza de la investigación está referida según Álvarez, JC. (1993) a la finalidad en que se enmarca la investigación y puede ser:

Básica: referida a la obtención de resultados orientados a contribuir a la aportación de beneficios a los enfoques teórico y legales de alguna disciplina científica específica.

Aplicada: referido a aquellas investigaciones cuyos aportes se canalizan en función de dar respuesta a alguna problemática en la que se requiera la solución de algún fenómeno o aspecto de la realidad enmarcado en el contexto de una disciplina científica.

Dentro de la Naturaleza de la investigación también se pueden destacar las características de estructuración cuantitativa o cualitativa (Roldán, 1995). Lo estudios cuantitativos suelen ser estrictamente estructurados, y se centra en el principio de cuantificación y cálculo de los datos a estudiar .Por otra parte, el carácter cualitativo es más maleable pues la predominancia del estudio de los datos se centra en la representación de los rasgos particulares de los mismos, es más descriptivo.

En este sentido, la naturaleza de la investigación se considera de carácter predominantemente cualitativo, debido a que se centrará en la descripción de las características de los actores inmiscuidos en el estudio de una posible alianza, así como sus gestiones y rasgos de identidad institucional.

La investigación es básica y aplicada debido a que pretende contribuir y aportar conocimientos en el área de las relaciones interinstitucionales en función de la consolidación de identidad y proyección de imagen institucional, en base a conocimientos que una vez adquiridos serán aplicados en el diseño de la estrategia de gestión comunicativa y seriado televisivo.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación se define como una estrategia de abordaje del problema a tratar, puede ser documental, de campo o experimental y “su objeto es proporcionar un modelo de verificación que permita contrastar hechos con teorías, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo.” (Sabino, 1992: 67)

La investigación documental se define como aquella averiguación en que “se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos.” (Arias, 1999: 21).

Por otra parte, la investigación de campo es aquella en que los datos pertinentes al proyecto son obtenidos de manera directa del entorno a estudiar, mediante el trabajo específico del investigador y la aplicación de mecanismos de acercamiento al objeto como experiencia empírica. (Sabino, 1992: 68).

El diseño no experimental engloba todos aquellos proyectos en que los investigadores emplean la técnica de la observación de los fenómenos a estudiar tal y como ocurren de manera original, si intervenir en sus procesos. (Roldán , 1995)

En este sentido la investigación se inscribe en el carácter de documental de campo no experimental debido a que se fundamenta en enfoques teóricos y material bibliográfico, así como reglamentaciones y programación académica de la Cátedra de Televisión de la ECS y SADPRO. Además de que se estudiará directamente el

entorno académico inmerso en los procesos canalizados al alcance de los objetivos de la investigación sin intervenir directamente en el desarrollo del mismo.

Nivel de la Investigación

La investigación se sitúa dentro de un nivel exploratorio y descriptivo debido a que su objeto de estudio es el tema de las relaciones interinstitucionales de la UCV y del principio de identificación institucional, temas sobre los que se puede indagar de manera mucho más profunda en función de dar una interpretación acertada describiendo los procesos implícitos que permitan alcanzar los objetivos de la investigación.

El nivel de investigación hace referencia al grado de profundidad con que se dará cobertura a los elementos inmersos en la investigación. En función de su nivel el tipo de investigación puede ser: exploratoria, descriptiva o explicativa (Arias, 1999 :19).

Según Arias, dentro de la investigación exploratoria se inscriben todas aquellas investigaciones que se realizan en función de un tópico poco conocido o cultivado. En consecuencia los resultados obtenidos constituirán una perspectiva aproximada.

Por otra parte, según Tamayo (1997) el nivel de investigación descriptivo se centra en cualidades del objeto de estudio: " La investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentarnos una interpretación correcta"(p. 54).

Población y Muestra

Las fuentes de información que proporcionan datos pertinentes a la investigación pueden encontrarse enmarcados en un nivel macro dentro de un Universo. El universo es entendido como “el conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan: a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) involucradas en la investigación.” (Arias, 1999: 22).

Dentro del Universo es necesario discriminar una sección denominada “muestra” referida al “subconjunto representativo de un universo o población.” (Morles, 1994: 54).

En este sentido, el universo al que va orientada la investigación es la comunidad universitaria de la UCV, en función de canalizar los aspectos que permitan potenciar la identidad institucional. La muestra, estaría enmarcada en alumnos de la Escuela de Comunicación Social de la UCV cursantes desde el sexto al decimo semestre, debido a que tienen conocimiento de causa del funcionamiento de la Cátedra de Televisión. Y por otra parte, el personal de SADPRO que labora directamente en la unidad audiovisual.

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos están comprendidas por “las distintas formas o maneras de obtener la información. Son ejemplos de técnicas; la observación directa, la encuesta en sus dos modalidades (entrevista o cuestionario), el análisis documental, análisis de contenido, etc.” (Arias, 1999: 25)

Por otra parte, un instrumento de recolección de datos hace referencia a “cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (Sabino, 1992: 108). Entre los instrumentos de

recolección de datos se encuentran: fichas, formatos de cuestionario, guías de entrevista, grabadores, y diversos soportes de escala de evaluación.

La técnicas de recolección de datos que se utilizarán como mecanismos de acercamiento a la muestra a estudiar será el de la observación directa, definida por Sabino (1997) como " aquella a través de la cual se puedan conocer los hechos y situaciones de la realidad social". (p. 134). En este sentido es la mejor herramienta para abordar las características implícitas en la muestra que permitan hacer un diagnóstico para estructurar la alianza interinstitucional en función de dar respuesta a las inconsistencias observadas.

También se hará uso de la entrevista no estructurada, definida según Ander (1982) como una técnica conformada por: "preguntas abiertas las cuales se responden dentro de una conversación, la persona interrogada da una respuesta, con sus propios términos, de una cuadro de referencia a la cuestión que se le ha formulado".(p.227). Esta técnica será empleada con profesores de la Cátedra de Televisión y con representantes de la Unidad Audiovisual de SADPRO al momento de hacer el diagnóstico de la gestión de ambas instituciones. La naturaleza de "no estructurada" dará a los entrevistados la libertad de reflejar su opinión abiertamente.

La opinión de la experiencia en materias de la Cátedra de Televisión que hayan tenido los alumnos de la Escuela de Comunicación se reflejará a través de la aplicación de una encuesta a los alumnos que cursen semestres superiores al sexto (Nivel en que se cursa Televisión I). La encuesta es una herramienta exclusiva de las ciencias sociales que permite "requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos." (Sabino, 1992:77)

Según el mismo autor, la encuesta ofrece la ventaja de brindar datos primarios directos de la muestra a estudiar, sin medidores, obteniendo información opinática y

conductual. Permite la mejor cuantificación de los datos arrojado debido a que se organiza mejor la información y es un método relativamente económico y de análisis rápido.

Los instrumentos de recolección de datos sobre los cuales se soportarán las técnicas anteriormente descritas serán: Guías impresas de entrevistas con los representantes de la ECS y SADPRO, grabadora de voz con la que se registrará las entrevistas, los cuestionarios en físico que se aplicarán a los estudiantes de la ECS.

3.5. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Una vez realizada la encuesta, se procedió a realizar los gráficos y las operaciones estadísticas necesarias para contrastar la opinión de la muestra en materia de fortalezas y debilidades de la cátedra de televisión.

La encuesta fue aplicada a 41 alumnos cursantes de la materia Televisión I de tres cursos distintos, durante la semana final del cierre del semestre 2010-I debido a que al término de la asignatura tendrían una opinión mejor formada acerca de la Cátedra.

Los alumnos encuestados cursaban sexto semestre de la carrera, se tomó la muestra en este nivel por la vigencia que su opinión tiene debido a que representan grupos actuales que egresan de la asignatura. Dentro del universo de asignaturas que conforman la Cátedra de Televisión, se decidió estudiar a los alumnos cursantes de Televisión I, pues es una materia obligatoria, y su naturaleza la hace susceptible al estudio en cuanto a cómo es percibida su instrucción en pro de reconocer o reformular aspectos la Cátedra.

Una vez analizados los datos, se procedió a realizar la entrevista a la Jefe de Cátedra de Televisión de la ECS, Prof. Lorena Pino, para que explicase las acciones que se están llevando a cabo desde la Escuela de Comunicación Social para canalizar las problemáticas. Esto con la finalidad de poder estructurar el modelo de alianza sin que los entes evadan responsabilidades que les competen.

Finalmente, la información estudiada y en base a la obra: “Responsabilidad Social Universitaria: Manual de Primeros Pasos” de François Vallaeys, Cristina de la Cruz y Pedro M. Sasia, se estructuró el modelo de Alianza ECS-SADPRO, fundamentado en los principios de participación de la comunidad universitaria, potenciación de objetivos de las dependencias adscritas, la estructuración de la identidad universitaria, el arraigo y sentido de pertenencia hacia los espacios de la UCV. Todo esto confluye en la responsabilidad Social Universitaria.

Cronograma de actividades

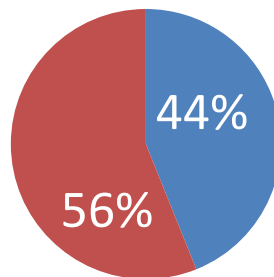
ACTIVIDAD	NÚMERO DE SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Indagación bibliográfica para el Marco teórico																
Estructuración del Plan Temático																
Redacción del Marco Teórico																
Elaboración del Marco Metodológico																
Redacción de encuestas para alumnos de la ECS																
Aplicación de las encuestas																
Análisis de los resultados																
Entrevista: Jefe de Cátedra de TV																
Entrevista: representante de SADPRO																
Interpretación de entrevistas a representantes SADPRO-ECS																
Diagnosticar necesidades de ambas organizaciones																
Estructurar los términos y condiciones de la alianza ECS-SADPRO																
Preparar guión piloto del Seriado																
Concertar cita con los entrevistados del piloto																
Grabación del piloto																
Edición del material																
Revisión de detalles previos a la entrega final																
Entrega del Trabajo de Licenciatura																

Resultados

Ante el planteamiento de la pregunta “¿Se cumplieron las expectativas que tenía de la materia Televisión I?”, el 56% de los alumnos encuestados dijo no haber satisfecho sus expectativas con respecto a la materia.

1 ¿Se cumplieron las expectativas que tenía de la materia Televisión I?

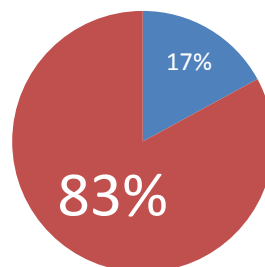
■ SI ■ NO



La siguiente pregunta planteaba “¿Conoce de algún convenio o alianza entre la ECS y alguna organización?” a los que el 83% de los encuestados respondió que “No”, sólo el 17% dijo haber conocido algún convenio entre la ECS y otras organizaciones...

2. ¿Conoce de algún convenio o alianza entre la ECS y alguna organización?

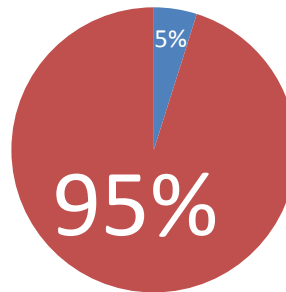
■ SI ■ NO



Ante el planteamiento de “ ¿Conoce el SADPRO?” el 95% de los encuestados dice no conocer acerca del Sistema de Actualización Docente del Profesorado de la UCV.

3. ¿Conoce el SADPRO?

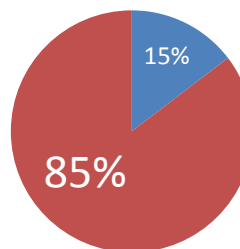
■ SI ■ NO



“¿Se ha involucrado en actividades de alguna institución universitaria?” es la siguiente cuestión, a las cual el 85% de la muestra respondió no ser participe de ninguna de las actividades que se ofrecen en la UCV, sólo el 15% lo hace a través de Modelos de Naciones Unidas (2), Equipo de Futbolito (1), Centro de Estudiantes (1), Revista “Tierra de Nadie” (ECS-UCV) (1), Coro de Concierto (1) y la Red Interna de Sonido (1)

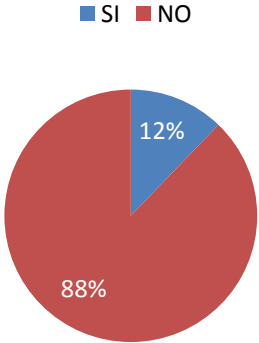
4. ¿Se ha involucrado en actividades de alguna institución universitaria?

■ SI ■ NO



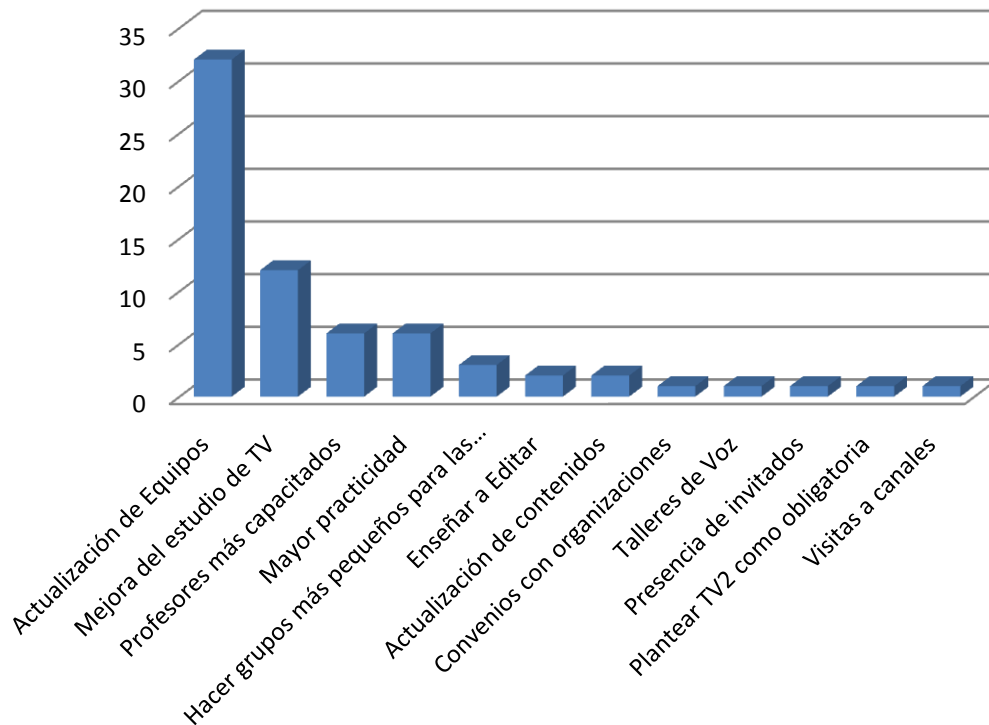
La quinta pregunta estaba relacionada a si “¿Conoce de algún proyecto que esté llevando a cabo alguna dependencia universitaria?”, cuestión a la cual el 88% de los encuestados contestó no conocer acerca de proyectos de la comunidad universitaria, el 12% hizo referencia a conocer acerca de proyectos como Modelos de Naciones Unidas (4) y un proyecto de Servicio Comunitario junto con la UNICEF (1).

5. ¿Conoce de algún proyecto que esté llevando a cabo alguna dependencia universitaria?



El siguiente planteamiento pedía a los alumnos encuestados dar sus recomendaciones personales para mejorar los cursos de televisión en la ECS, la respuesta más común fue la de la necesidad de actualización de los equipos con los que cuenta la escuela (32 alumnos), seguida por solicitudes de mejoras en la infraestructura del estudio de televisión (12), profesores con nuevas pedagogías (6), mayor practicidad a la hora de impartir la Cátedra (6), hacer grupos más pequeños para las prácticas (3), enseñar a editar (2), Actualización de contenidos (2), establecer convenios con otras organizaciones (1), impartir talleres de voz (1), presencia de invitados en las clases (1), plantear la materia TV2 como obligatoria (1), y realizar visitas guiadas a los canales de televisión (1).

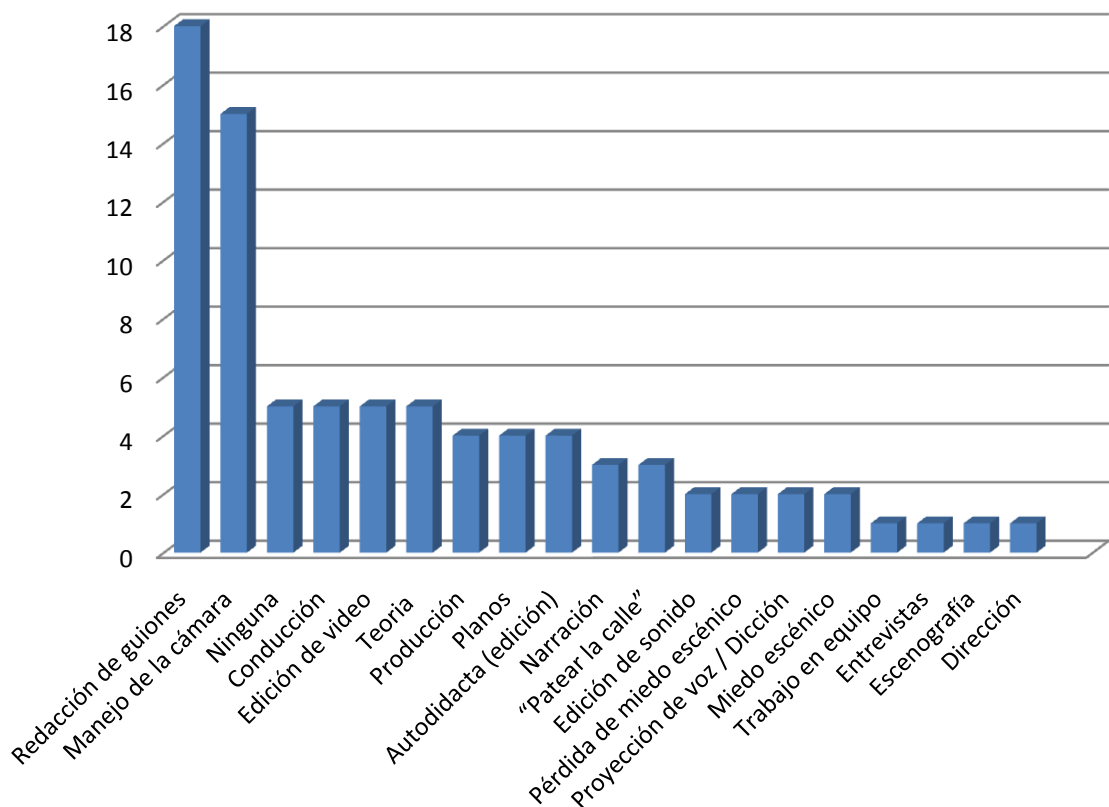
6. Recomendaciones para mejorar los cursos de Televisión en la ECS:



■ 6. Recomendaciones para mejorar los cursos de Televisión en la ECS:

Finalmente, la encuesta cierra pidiendo a los alumnos encuestados que señalen las habilidades que desarrollaron a durante el curso de la materia, siendo la respuesta más común la de redacción de guiones (18 alumnos), seguida por manejo de cámara de TV (15), ninguna (5), conducción de noticiero (5), edición de video (5), teoría (5), producción en general (4), manejo de los planos de TV (4), sentido autodidacta (4), narración de noticias (3), “patear la calle” (3), edición de sonido (2), pérdida de miedo escénico (2), proyección de voz / dicción (2), trabajo en equipo (1), realización de entrevistas (1), montaje de escenografía (1) y dirección (1).

7. ¿Qué habilidades desarrolló durante el curso de la materia?:



■ 7. ¿Qué habilidades desarrolló durante el curso de la materia?:

Posteriormente se realizó una entrevista a la jefa de Cátedra de Televisión de la ECS en base a las diversas demandas arrojadas por las encuestas para conocer qué esfuerzos se están llevando a cabo para canalizar las soluciones. (Ver anexo)

Análisis

Una de las primeras observaciones a las que se puede hacer referencia es que gran parte de los alumnos cursantes de la Cátedra de Televisión no ven satisfechas sus expectativas en cuanto a la materia, por temas principalmente asociados a la infraestructura y los equipos con los que cuenta la ECS para impartir la asignatura.

Esta inferencia se desprende del hecho de que dentro de las recomendaciones que hiciesen los alumnos encuestados para mejorar los cursos de televisión estuviese encabezado por la actualización de equipos y las mejoras del estudio de televisión.

El aspecto epistemológico de la materia puede ser mejorado, según las impresiones recogidas, con mayor practicidad de la teoría impartida, cambio de pedagogía y metodología de enseñanza, y la realización de convenios con otras organizaciones.

Este punto refleja que de cierta forma hay un terreno ganado dentro de la población estudiantil ante la idea de establecer alianzas estratégicas con otras organizaciones en pro de potenciar los objetivos planteados en el programa semestral de la Cátedra.

Los altos índices de desconocimiento de proyectos que se llevan a cabo dentro de la universidad, bien sea por falta de promoción de los mismos o fallas en las estrategias de convocatoria en general, son proporcionales al hecho de que más de la mitad de los alumnos encuestados no se involucre de manera activa en las actividades que en el marco del desarrollo cultural y científico se llevan a cabo en la universidad.

Dentro de las fortalezas de la cátedra (destacadas en la encuesta) se puede enfatizar que los alumnos se sienten preparados al momento de redactar guiones para

noticieros de televisión, conducción y narración de noticias, trabajo en equipo, realización de entrevistas y habilidades de producción en general, aspectos relacionados con el desarrollo de técnicas en ámbito periodístico, contexto dentro del cual se trazan los objetivos de la asignatura.

Problemas canalizados.

En base al análisis anterior se estructurará parte de los términos y condiciones en que se plantea el modelo de alianza estratégica:

La practicidad del convenio

Los movimientos enmarcados para el despliegue y posterior desarrollo del convenio ECS-SADPRO, están orientados a fomentar actividades en el área de la producción televisiva con fines informativos.

Los alumnos, profesores y demás miembros que integre la alianza estratégica se verán inmersos de manera activa en el proceso de pre-producción, producción y postproducción del seriado a través de la delegación de responsabilidades, que se asignarán de acuerdo a la dimensión del grupo.

La practicidad será elemento clave dentro de la alianza, que no pretende quedar en el papel, sino alimentarse de la generación de relevo y distintas promociones de comunicadores sociales de la UCV que buscan una plataforma desde la cual poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Apoyo técnico

Debido a que el SADPRO cuenta con una dotación de equipos de vanguardia en cuanto a producción televisiva se refiere, los alumnos designados para trabajar directamente en el área de producción del seriado tendrán la oportunidad de trabajar con las herramientas técnicas necesarias para obtener un resultado de calidad.

Además, el personal técnico del SADPRO, por la misma naturaleza de la alianza estratégica, se mostrará dispuesto a impartir nociones básicas del manejo de

los equipos de televisión, diseño de iluminación, edición de audio y video para cumplir con la premisa de la participación activa de los miembros de la ECS en los procesos de producción.

Debido a la magnitud de alumnos de la ECS que deben cursar la materia Televisión I, por su naturaleza de obligatoria, lo aconsejable es que se conformen grupos de 5 personas por capítulo de seriado, y que cada uno tenga la oportunidad de acercarse a componentes de las fases de producción y el trabajo en equipo.

Principio de difusión de proyectos

La idea fundamental de la estructuración del seriado televisivo que instrumente la alianza ECS-SADPRO es dar difusión a los distintos proyectos que se llevan a cabo en las distintas áreas y dependencias de la comunidad universitaria.

De esta manera se pretende canalizar la problemática de desinformación que posee la comunidad de la ECS y ucevista en general acerca de actividades y proyectos en los cuales pueden involucrarse hacer cultura universitaria desde dentro.

Esta idea fortalece el sentido de pertenencia de los alumnos de la ECS y la UCV con los procesos culturales y científicos que se llevan a cabo dentro de la universidad. De esta manera se pretende fortalecer el principio de identidad, lo que permitirá a su vez la mejor proyección de la UCV como ente generador de conocimientos, en donde la participación activa de sus estudiantes es clave

Habilidades: naturaleza del noticiero

Debido a que las habilidades que se desarrollan en la Catedral de Televisión I está orientadas al fortalecimiento de estrategias del desenvolvimiento profesional en el área del periodismo televisivo, el seriado puede plantearse en 2 formatos:

Formato estándar: serán Series de 3 capítulos en promedio en el que se refleje las actividades tanto científicas como culturales que se llevan a cabo en la UCV y sus distintas dependencias. Como proyecto piloto del formato estándar, el presente

trabajo de investigación se desarrolló los primeros capítulos de dos series: “UCV: Puesta en Escena” y “Al compás de la UCV”

“UCV: Puesta en escena”: aborda la temática de las manifestaciones teatrales ucevistas. El capítulo piloto está dedicado a los 32 años de trayectoria del grupo Teatral para niños “El Chichón”

“Al compás de la UCV”: hace referencia al artes de la danza que se proyecta desde la UCV como motor ilustrativo. El capítulo piloto está dedicado a las actividades “Tiempo Libre en la UCV” que coordina la Dirección de Cultura.

Debido a las habilidades que los alumnos egresados de la Cátedra de Televisión I tienen en el área del periodismo televisivo, se pretende recuperar el proyecto “Noticiero NCI” (Noticias Culturales Iberoamericanas), proyecto suscrito a la Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas (ATEI) , en el que confluyen noticias producidas por académicos y estudiantes de la región.

Con el manejo de ambos formatos se pretende dar una cobertura más amplia a los distintos eventos universitarios que tienen vigencia, además de dar oportunidad a la mayor cantidad de alumnos posible de acercarse a las fases de producción audiovisual, asistiendo de esta forma la demanda de mayor practicidad de la materia.

Plan de pasantías

La alianza estratégica está dirigida en principio entre la ECS y el SADPRO a través de su Cátedra de Televisión y Departamento Audiovisual, respectivamente. Sin embargo el SADPRO cuenta con otros departamentos en los que la labor del comunicador social es importante para la gestión institucional (biblioteca, publicaciones periódicas, informática, relaciones públicas).

Es por esto que puede estudiarse la posibilidad de estructurar un plan de pasantías académicas que sustenten la participación de estudiantes de la ECS dentro del SADPRO, poniendo en práctica habilidades del comunicador social.

Servicio Comunitario

Debido a la naturaleza del proyecto de alianza, hay componentes del mismo que pueden suscribirse al área del Servicio comunitario puesto que se trabaja el elemento de la integración institucional, la participación estudiantil y la difusión de las actividades que lleva a cabo la comunidad universitaria.

En este sentido, los alumnos participantes en la producción de los capítulos del seriado televisivo pueden suscribir su labor como parte de su Servicio Comunitario debido al componente de Responsabilidad Social Universitaria que el mismo encierra.

La Sinergia

El principio más importante en el despliegue de la alianza estratégica es la sinergia que representa la unión de la gestión de dos dependencias universitarias en pro de potenciar objetivos mancomunados orientados al desarrollo de la Academia.

La comunicación es clave durante todo el proceso de ejecución del proyecto; principios como el de la autocrítica permitirán diagnosticar a tiempo las necesidades, identificar fallas y virtudes.

La idea está en hacer socialmente responsables a ambos entes, quienes verán un aliado el uno al otro, y no una excusa para no solventar o evadir problemáticas internas de las que deberían hacerse responsables por ley.

CAPITULO IV

MODELO DE ALIANZA ECS-SADPRO

(Basado en el manual “Responsabilidad Social Universitaria: Manual de Primeros Pasos”)

El modelo de alianza estratégica que se presenta a continuación se diseña en función de una posible asociación entre la Cátedra de Televisión de la Escuela de Comunicación Social de la UCV y el Sistema de Actualización Docente del Profesorado (SADPRO-UCV) y pretende servir de guía en el proceso de implementación y desarrollo de la gestión comunicativa implícita en la interrelación de ambos entes, así como delinear los términos y condiciones de interacción entre los representantes involucrados en la consecución de los objetivos que se tracen.

El modelo está fundamentado en las pautas que ofrece la obra “Responsabilidad Social Universitaria: Manual de Primeros Pasos” de François Vallaeys, Cristina de la Cruz y Pedro M. Sasia, distinguidos investigadores en el área que cuentan con el respaldo del Banco Interamericano de Desarrollo. Éste manual es el primero en su clase, lo que lo hace un referente importante al momento estructurar proyectos de integración bajo principios de responsabilidad social universitaria.

A continuación se presentará las fases en las que se pretende desplegar el modelo de alianza interinstitucional para garantizar su desarrollo y sostenibilidad en el tiempo:

Primer paso: compromiso

Esta fase constituye la asimilación del proyecto de alianza entre la ECS y el SADPRO por parte del personal que hace vida en la comunidad de los entes adscritos al convenio, el cual debe ser percibido como una herramienta para potenciar los objetivos de la gestión institucional de los organismos a través de una visión y misión mancomunadas, que serán trazadas respondiendo a las prioridades que pautan las necesidades corporativas y la responsabilidad social universitaria.

La palabra clave en esta fase es la sinergia de los distintos actores que se beneficiarán tanto directa como indirectamente en la alianza. En este sentido el objetivo es empapar, guiar y comprometer a representantes del SADPRO y la ECS, especialmente los relacionados directamente con la Cátedra de Televisión, de manera que la autonomía de ambos sujetos sea aprovechada para canalizar el proyecto audiovisual del seriado televisivo como un instrumento de generación de principios asociados a la responsabilidad social.

El contexto de problematización debe ser el factor de cohesión de los participantes en la búsqueda de soluciones a las cuestiones que se planteen en el marco de la construcción paulatina de la alianza ECS-SADPRO. Los debates críticos expresados a través de las diversas modalidades comunicativas como los foros, consejos, blogs, jornadas, encuentros y demás eventos que permitan a la comunidad universitaria, en especial de la ECS y SADPRO, conocer el por qué a través de la integración se puede dar respuesta a las inconsistencias de gestión desde adentro, consolidando nexos intrauniversitarios.

En este punto la idea es dar cabida a la opinión abierta de profesores, alumnos, personal administrativo y demás integrantes de la comunidad de la ECS y el SADPRO para que den a conocer su visión acerca de las inconsistencias que a nivel epistemológico, práctico, técnico y general tiene la gestión de los entes respectivos, para de esa manera definir propuestas de apoyo que permitan subsanar y canalizar los problemas que emerjan.

En este sentido es importante contar con el apoyo de las autoridades pertinentes tanto en la ECS como en el SADPRO y la comunidad universitaria en general para alinear las gestiones y hacer el proceso de integración mucho más flexible en función de agilizar la puesta en marcha de los proyectos, así como de dejar constancia en físico acerca de la toma de decisiones que surgen para darles el peso que merecen a nivel institucional.

Con la participación y el visto bueno de las autoridades de la ECS y el SADPRO se oficializaría el compromiso interinstitucional en pro de la Responsabilidad Social Universitaria que se expresará en este caso particular en la producción de un seriado audiovisual que dará respuesta a distintos aspectos de consolidación de identidad institucional en sus fases de pre-producción, producción y postproducción.

Las ventajas que se obtienen con la oficialización con el reconocimiento de partes de las autoridades de la integración ECS-SADPRO implican lo siguiente:

- Sirve de modelo para fomentar otros modelos de alianza intrauniversitaria
- Se fomenta la cultura del trabajo en equipo expresado a través de los convenios
- El proyecto tiene una base que le brinda sostenibilidad en el tiempo

Luego de este punto, se debe designar un equipo de personas encargadas de impulsar y patrocinar los ejercicios de debate en pro de la integración de las dependencias universitarias. Esto en función de reforzar el concepto de coherencia institucional, el cual es definido en el Manual de RSU como “la congruencia entre las declaraciones de intenciones y los esfuerzos institucionales (hacer lo que se dice) y como la consistencia de la organización consigo misma (no contradecirse en sus diversos procesos)” (p.26).

No se trata de crear una dependencia, si no una brigada que se encargue de fomentar la cultura de participación en proyectos universitarios, en específico el de la consolidación de la alianza en sus diversas fases, para aminorar la apatía y fomentar la participación.

Las características de este equipo deben ser:

- Fundarse bajo el principio de la participación transinstitucional, en el que confluyan representantes del SADPRO, el alumnado y profesorado de la ECS y demás miembros relacionados con la comunidad estudiantil.

- Poseer poder de convocatoria, es por eso que es importante que las autoridades y los profesores de la Cátedra de Televisión sean agentes importantes en la difusión del proyecto, cuyo peso y jerarquía legitima la propuesta.
- Designar representantes con facilidad para obtener información necesaria para gestionar la comunicación entre la ECS y el SADPRO

Luego de constituido el equipo de representantes ECS-SADPRO se designarán las funciones que sus miembros tendrán, las cuales pueden condensarse de la siguiente manera:

- Llevar a cabo la labor de autodiagnóstico de la gestión tanto de la Cátedra de Televisión de la ECS como el departamento audiovisual del SADPRO a través de sesiones que se llevaran a cabo cada cierto tiempo.
- Levantar reportes de situaciones irregulares para que sean conocidos en Consejo de Escuela, en pro de canalizar la problemática.
- Precisar la temática de los capítulos del seriado televisivo.
- Definir la manera en que se administraran recursos técnicos y humanos para la co-producción del seriado televisivo.
- Servir de factor de cohesión entre el resto de la comunidad universitaria y el proyecto mancomunado ECS-SADPRO.

Segundo paso: autodiagnóstico

A través de la constitución del grupo de representantes ECS-SADPRO se pretende dar respuestas al estado del desarrollo de la alianza por medio de la herramienta del autodiagnóstico, que permita a ambas instituciones hacer un balance acerca de los logros alcanzados y los aspectos que puedan mejorarse.

Las reuniones de manera permanente son un mecanismo deben permitir el dialogo entre las partes, y no sólo entre representantes de las instituciones, sino

también abrirse a la comunidad universitaria como fuente de información para la formulación de los cambios que se pretenden aportar por medio de la alianza.

Con el auto diagnóstico se pretende alinear la gestión y las acciones de quienes participaran tanto directa como indirectamente en el despliegue de las fases de la alianza y su instrumentación a través de la coproducción televisiva y los componentes en general de la gestión comunicacional entre los entes.

El proceso de autodiagnóstico se basa en la recopilación y contraste de información proveniente de diversas fuentes, entre las que se encuentran:

- Percepciones de los actores internos: referidos directamente a los representantes de la ECS y SADPRO que integran la comisión encargada de desplegar el proyecto, y de los beneficiarios que integran la comunidad de ambos entes
- Los resultados de desempeño: asociados a los resultados que arrojan las sesiones que deben mantenerse entre los actores de la alianza para conocer la manera en que se ha venido desarrollando el convenio, expresado en logros y limitaciones.
- Las expectativas de los grupos de interés externos: en este caso estaría asociado a las opiniones y sugerencias que otras facultades, escuelas, dependencias en general de la UCV y actores externos a la misma, puedan tener acerca de la labor mancomunada ECS-SADPRO en pro de potenciarla y ampliar su rango de acción.

Las herramientas pueden utilizarse para obtener la información necesaria de los actores internos son:

Las encuestas: pueden ser aplicadas con cierta frecuencia a los alumnos cursantes de materia que constituyen la Cátedra de Televisión en función de conocer la percepción que tienen de la gestión del ente, y en función de los resultados, canalizar las demandas.

Las encuestas permiten tener un respaldo estadístico de las opiniones de la comunidad estudiantil, además de que registra con el tiempo las variantes que se puedan tener, lo que permite medir que tan exitosa ha sido la alianza.

Este monitoreo permanente se llevará a cabo por lo que define el Manual de RSU como grupos focales, que se define como una “discusión abierta entre un grupo de personas especialmente seleccionadas, con la ayuda de unas preguntas guía. La discusión, dirigida y grabada por un moderador, se centra en un tema específico” (p. 36)

En el caso de la alianza el grupo de representantes ECS-SADPRO es el conglomerado de grupos focales. Los grupos focales serán sub grupos en los que se estudiarán los ángulos de los alcances y limitaciones de la alianza. Los grupos focales que en principio pueden desprenderse son:

- Grupo focal de profesores de la Cátedra de Televisión
- Grupo Focal de estudiantes de materias adscritas a la Cátedra de Televisión
- Grupo Focal del personal del Area audiovisual del SADPRO
- Grupo Focal del personal Directivo de la ECS

Proceso de formación de grupos focales

Cada grupo focal deberá estar integrado por un porcentaje considerable de la población total del personal que lo integre, tomando aspectos como jerarquía, especialidad, calificaciones, respectivamente , según el rasgo competa en la organización del grupo focal.

Los colectivos deberán trazar desde el principio su línea de discusión: Por ejemplo, en el caso del grupo focal de profesores de la Cátedra de televisión uno de los puntos a tratar puede ser de que manera planificar los objetivos de los programas semestrales de sus materias en función del apoyo que brindará SADPRO.

A parte de las líneas de discusión que giran en función de cómo sacar provecho de la alianza, se deben discutir los aspectos de resultados que haya arrojado las fases iniciales de implementación de la misma.

La idea de subdividir al grupo de representantes ECS-SADPRO es precisamente tener una visión más amplia de los alcances, logros, ventajas y desventajas que se generen en el camino del desarrollo de la alianza estratégica.

En sesiones que defina cada grupo focal, deberán iniciar un debate guiado por uno de sus representantes en función de preguntas clave como:

- a. ¿Cómo percibe el desempeño de la alianza estratégica ECS-SADPRO?
- b. ¿Qué logros percibe desde su área?
- c. ¿Qué fallas ha registrado desde su área?
- d. ¿De qué manera cree que se pueden solventar las fallas?
- e. Particularmente ¿Cómo puede involucrarse para registrar mejoras en el convenio?

El diagnóstico arrojado en cada uno de los grupos focales será presentado por un delegado de cada grupo en la reunión de representantes ECS-SADPRO, en donde se expondrá la percepción y el balance que los actores hacen acerca de los resultados que ha arrojado la alianza en pro de su paulatino mejoramiento.

Estos grupos focales, aparte de temas relacionados con la directamente con la ejecución de la alianza, también atenderán temas de responsabilidad social universitaria en función de potenciar la identidad institucional desde la gestión mancomunada.

Los ejes de responsabilidad social universitaria que están relacionados de manera más directa con la ejecución de la alianza son: La gestión social del conocimiento y la participación social.

Gestión social del conocimiento

Este eje de responsabilidad social girará en torno a la cuestión de : ¿De qué manera la alianza estratégica ECS-SADPRO debe ejecutarse para que genere conocimientos que la comunidad universitaria pueda aprovechar para atender las carencias cognitivas que afectan su desarrollo y permitan potenciar la identidad ucevista?

En este sentido, los distintos grupos focales deben hacer una evaluación acerca de distintos aspectos. Uno de los primeros sería el evaluar si la ECS cuenta con líneas de investigación dirigidas a la responsabilidad social universitaria y a la ejecución constante de proyectos que permitan ponerla en práctica.

También habría que evaluar si el perfil del comunicador social que se forma desde la ECS responde a la resolución de problemática asociada a temas de investigación pautados por las necesidades epistemológicas de la UCV.

Otro punto importante es plantear la manera en que se harán investigaciones de campo, a través de diversos instrumentos de recolección de datos, para de esta manera recoger las impresiones de terceros acerca de las inconsistencias en la gestión de la ECS y el SADPRO, para de esta manera se de un peso a las sugerencias de terceros que son beneficiarios directos o indirectos de la alianza .

La transdisciplinariedad que representa la unión entre la ECS y el SADPRO a través de sus departamentos audiovisuales de manera directa permitirá abordar problemas de distinta naturaleza académica de manera interdisciplinaria por la participación de especialistas, profesores y estudiantes, en función de la generación de contenidos.

La evaluación de los mecanismos de capacitación transdisciplinaria para docentes e investigadores es uno de los aspectos a considerar para fomentar la participación de profesores de la ECS en los cursos especiales que dicta el SADPRO, para de esta manera aprovechar la plataforma de integración de manera bidireccional.

También se deberá considerar el estudio de cómo la ECS y el SADPRO constituyen nexos de alianza con organizaciones de diversa índole, entre los que se pueden encontrar instituciones estatales, empresariales, entre otras, con la finalidad de establecer las directrices de líneas de investigación en el área de la comunicación social o la formación docente que den respuesta a problemáticas vigentes en la comunidad.

Habría que evaluar el estado de los medio de difusión universitaria en cuanto a infraestructura y alcance, y sacar provecho de los medios qe posee la ECS y SADPRO en función de estructurar un sistema de promoción de investigaciones, hecho que se pretende concretar a través de la coproducción del seriado televisivo.

Otro aspecto importante son los medios de comunicación externos a través de los cuales se proyectará la identidad universitaria a la sociedad en general, lo que representara los canales de transferencia de conocimientos provenientes desde la UCV hacia la ciudadanía, en pro de captar capital y apoyo a los proyectos de investigación.

En este sentido se deberá buscar la manera de llegar a distintos estratos de la población externa en general. Actualmente la Dirección Multimedia de la UCV es el ente encargado de la Red Interna de Sonido y Televisión, medios que tienen un alcance dentro de la comunidad universitaria. El SADPRO posee canales en internet con los que puede darse cierta cobertura hacia públicos externos a la comunidad universitaria.

De la misma forma, la implementación de políticas públicas entre ambos actores de la alianza que permita disponer de mecanismos de monitoreo de problemáticas dentro de la comunidad universitaria que puedan canalizarse a través de los dispositivos que activa la el convenio, sería una estrategia de retroalimentación con el entorno.

Parte de la clave para este feedback está en la manera en que la ECS y el SADPRO promuevan el dialogo y flexibilicen el acceso a la comunicación entre quienes promueven los procesos de investigación y las autoridades de la política universitaria.

El principio de la generación de conocimientos de manera autodidacta es otro de los aspectos que deberá potenciarse a través de la alianza, para de esta manera fomentar la capacitación de diversos grupos focales que funjan como agentes de cambio en los procesos de investigación y generación de contenidos.

Los resultados obtenidos a través de estos grupos de investigación autodidacta en el área de la comunicación social servirán como base para fomentar la utilización de la información relevante que se derive de los mismos para la reconsideración de metodología, pedagogía y currículo académico, en especial en el área audiovisual.

Es este sentido, la participación de estudiantes de pregrado en los procesos de investigación y participación en los proyectos que se llevan a cabo dentro de la comunidad universitaria permitirán el desarrollo del sentido de pertenencia en función de una labor de responsabilidad social que afianza la identidad universitaria.

Participación social

Este eje de responsabilidad social universitaria gira en torno a la siguiente cuestión: ¿De qué manera se debe estructurar la alianza para que se permita la participación activa de los beneficiarios y diversos actores a fin de hacerla funcional y sostenible en el tiempo?

Según el Manual de responsabilidad Social, la Comunidad de aprendizaje mutuo para el desarrollo se define como “la reunión de diversos actores universitarios y no universitarios para trabajar en equipo en un proyecto social consensuado, de tal modo que la acción colectiva asegure un mutuo aprendizaje permanente.” (p. 54)

En este sentido, el equipo de representantes ECS-SADPRO compuesto por distintos grupos focales, es a nivel macro una “Comunidad de aprendizaje mutuo”, pues cumple con las siguientes características:

- Interdisciplinariedad e interinstitucionalidad: debido a que cuenta con la participación de representantes de distintas áreas bajo el principio de la transdisciplinariedad, que fomenta el dialogo entre distintas esferas de la comunidad universitaria, en este caso.
- Vinculación del proyecto de seriado televisivo con el acontecer de la comunidad universitaria, sin cerrarlo a un área específica, lo que construye una visión integral de las actividades que se llevan a cabo en la UCV.
- Generación de contenidos desde diversas disciplinas utilizando las plataformas que ofrece la comunicación social para asociar las habilidades de expertos durante las diferentes etapas de despliegue de la alianza. De esta forma se estaría reivindicando el sentido de que el proyecto nazca dentro de la UCV como universidad generadora de conocimiento proveniente de diversas vertientes.
- Aprovechamiento de la plataforma bidireccional que ofrece a la alianza entre la ECS y el SADPRO en función de que el aprendizaje mutuo sea ley en los modos de interacción, producción y puesta en marcha de los proyectos.
- Los resultados arrojados en las distintas fases de despliegue de la alianza deberán ser comunicados a través de las vías de difusión con las que cuenta la ECS y el SADPRO, de esta manera se garantiza una el acceso a la información para la comunidad.

Tercer paso: cumplimiento

En este punto la comunidad universitaria se habrá visto empapada con la importancia que tendría el proyecto de alianza entre la ECS y el SADPRO en pro de la integración institucional, debido a que se ha recopilado y contrastado información

que permite diagnosticar fortalezas y debilidades del terreno sobre el cual se pretende erigir el convenio entre ambas organizaciones.

Según el Manual de RSU (p. 68), la información que arroja el autodiagnostico es importante organizarla en los siguientes grupos, que en el caso del proyecto servirán para establecer los términos y condiciones de la alianza:

Las fortalezas: referidos a todos aquellos puntos a favor que tenga la gestión tanto de la ECS como del SADPRO en la consecución de sus objetivos como institución. El buen desempeño es clave de identificación de estas características. En base a las fortalezas de cada una de las instituciones se estudiará de que manera canalizarlas en función de potenciar el radio de acción de las mismas dentro de la institución opuesta.

Las debilidades: hacen referencia a los puntos de la gestión institucional tanto de la ECS como del SADPRO que necesitan atención, pues representan un foco de necesidad que afecta el desarrollo de la organización. En el caso de la cátedra de Televisión se estudia el aspecto práctico y epistemológico de su instrucción, en el caso del departamento audiovisual SADPRO se evalúan aspectos referentes a la necesidad de personal capacitado en el área de la comunicación social para la generación de contenidos.

Los puntos críticos: como hace referencia el Manual de RSU “Más allá de una simple debilidad de desempeño, un punto crítico denota un problema que necesita atención preferencial, fija un orden de prioridad” (p. 68). Son aspectos de la gestión de ambas organizaciones que despiertan demandas abiertas y frecuentes y que no han sido canalizadas del todo.

Las demandas y sugerencias: son observaciones obtenidas por medio de los instrumentos de recolección de datos que permiten subrayar ideas innovadoras para dar respuesta a los problemas que surgen en cuanto a gestión institucional se refiere. La característica de que el presente proyecto sea participativo hace que las demandas

y sugerencias sean un motor clave para evaluar los aspectos anteriormente expuestos: fortalezas, debilidades y puntos críticos.

Estas características deberán ser evaluadas con un margen de tiempo definidos por los grupos focales designados. El siguiente formato pretende servir de guía para la evaluación de los mismos:

Evaluación: Cátedra de Televisión ECS			
Fortalezas	Debilidades	Ptos Críticos	Dem/Sugerencias

Evaluación: Departamento Audiovisual SADPRO UCV			
Fortalezas	Debilidades	Ptos Críticos	Dem/Sugerencias

Una vez elaborados los cuadros, se seleccionan las áreas de mejoras, definidas por el manual de RSU como el “ámbito de la vida institucional en el cual vamos a poder resolver una debilidad detectada cumpliendo con los compromisos institucionales en materia de responsabilidad social, haciendo cosas factibles para que los actores tengan la satisfacción de ver resultados concretos” (p.69)

Para cada una de las áreas de mejoras deben plantearse las cuestiones de la condición actual (¿Cómo estamos?), la situación ideal de la gestión institucional

(¿Qué queremos?), y las herramientas y posibilidades con las que se cuenta (¿qué podemos hacer?). De esta manera la evaluación abarca la mayor cantidad de aspectos.

Alguna de las áreas de mejoras que se pretenden alimentar constantemente con la alianza estratégica son:

- Reevaluación de los contenidos impartidos en la Cátedra de televisión
- Capacitación profesoral de la Cátedra
- Nivel de practicidad de la materia
- Apoyo técnico de parte del Departamento audiovisual del SADPRO hacia la Cátedra de Televisión de la ECS
- Refuerzo de personal capaz de generar contenidos por parte de la ECS hacia el Departamento audiovisual del SADPRO
- Otros sometidos a consideración según el autodiagnostico

Las áreas de mejora se determinarán también a raíz del contraste de expectativas de grupos de interés de la alianza, quienes a su vez estudiarán la factibilidad de las mejoras. Es en este sentido que la integración interinstitucional debe ser el principio que potencie el logro de objetivos fundamentados en la sinergia.

En base a toda esta evaluación se estructurarán proyectos que llevados a cabo de manera simultánea pretenden dar respuesta a las inconsistencias que vayan surgiendo mediante el despliegue de la alianza.

Seriado Audiovisual

El proyecto piloto mediante el cual se pretende instrumentar en una primera fase la alianza entre la ECS y el SADPRO es una coproducción televisiva en la que se dará a conocer los proyectos que llevan a cabo distintas dependencias de la comunidad universitaria, asociados con procesos de generación de conocimiento y participación social.

Este proyecto será el nexo mediante el cual se pretende dar sentido y sostenibilidad en el tiempo a los objetivos mancomunados que se tracen una vez consolidada la alianza estratégica entre ambos entes.

Política Editorial

La coproducción ECS-SADPRO se define como un seriado debido a la naturaleza de difusión periódica con la que se pretende dar a conocer el acontecer académico de la comunidad ucevista.

Tendrán prioridad los aspectos de la vida universitaria que tengan un componente de convocatoria hacia la participación de la comunidad ucevista en dichos procesos (agrupaciones culturales, eventos especiales, cursos, talleres, proyectos, entre otros)

El principio de participación también estará presente en las fases de preproducción, producción y postproducción del material audiovisual. En dichos procesos se involucrarán directamente alumnos cursantes de la Cátedra de Televisión y miembros del SADPRO.

La participación de distintos miembros de la comunidad universitaria alimenta el sentido de pertenencia hacia los espacios de la UCV, lo que a su vez potencia la consolidación de la identidad universitaria y de la imagen que se proyecta desde ésta.

Una comunidad universitaria informada del acontecer en materia de proyectos potencialmente trascendentes es el objetivo fundamental que se pretende ver instrumentado con la difusión de la coproducción audiovisual.

Su carácter de coproducción pretende alimentar el sentido de integración interinstitucional de manera endógena en la UCV.

El público al que está dirigido se determinará a través del canal de difusión utilizado para dar cobertura al acontecer ucevista:

- Difusión del materia en las clases de la Cátedra de Televisión para darlo a conocer como el producto final del trabajo mancomunado ECS-SADPRO y recalcar el contenido del capítulo expuesto
- Difusión en circuito cerrado de Televisión de la ECS para que la comunidad de estudiantes de comunicación social de la UCV esté al tanto de los proyectos universitarios.
- Transmisión a través de la Red Interna de Televisión de la UCV, coordinada por la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV para alcanzar al sector de la comunidad universitaria en general
- Disposición del material audiovisual en los portales de la ECS, el canal en youtube del SADPRO, portal de la Gerencia de Radiotelevisión y Multimedia de la UCV, y el de la Asociación de las Televisiones Educativas y Culturales Iberoamericanas (ATEI), para así alcanzar un público externo asociado a labores de investigación universitaria.

Estructura

En principio se manejarán dos formatos de producción del seriado audiovisual, uno estándar y otro que será enviado al Noticiero NCI (Noticias Culturales Iberoamericanas). Esta categorización se da para tener mayor cobertura de difusión y producción en función de dar mayor cabida a los proyectos universitarios.

Formato Estándar

- El formato de producción estándar es el que se encuentra directamente relacionado con la creación de un producto original, resultado de la alianza estratégica ECS-SADPRO y que responde a una dinámica de interacción.
- La temática de la coproducción abarcará el área científica y cultura de proyectos asociados a la generación de contenidos y participación social.
- El formato permitirá la producción de mini series, compuestas por un aproximado de 3 capítulos en los que se den a conocer diversos proyectos dentro de una misma entidad o dependencia universitaria.

- Los capítulos tendrán una duración aproximada de entre 5 y 15 minutos.
- Por capítulo se trabajaran con equipos de producción de 5 alumnos más el personal del SADPRO, de esta manera se procura garantizar la participación de la mayor cantidad de estudiantes de la ECS.
- Las normas de estilo serán pautadas por el equipo de producción acorde a los objetivos que se pretendan alcanzar tras la difusión del capítulo.

Formato NCI

El SADPRO sostiene un convenio con la ATEI mediante una participación en el Noticiero NCI (Noticias Culturales Iberoamericanas). Debido a la naturaleza del presente modelo de alianza, se puede potenciar la participación en la franja que le corresponde a la UCV mediante un aumento en la producción de noticias.

Este producto audiovisual “se define como un noticiero diario de información cultural donde tienen cabida todas las manifestaciones culturales de Iberoamérica que contribuyan a fortalecer la dimensión iberoamericana de esa comunidad” (Alonso, 1:2010)

Es por ello que este formato utilizará un estilo más periodístico, lo que permitirá a los alumnos egresados de la Cátedra de Televisión poner en práctica sus conocimientos en la producción de noticieros televisivos, objetivo fundamental de la Cátedra según su plan de programación semestral.

Para la producción de este formato se seguirán las pautas establecidas por el Noticiero NCI en su manual de estilo (anexo).

Cuarto paso: Rendición de cuentas

Al finalizar la producción de cada capítulo del seriado televisivo, bien sea en su formato estándar o NCI, se emitirá un balance de producción en el que se evaluarán diversos aspectos de cómo funcionó la conjunción ECS-SADPRO en la elaboración de la propuesta audiovisual.

Este reporte debe ser emitido una vez reunidos todos los grupos focales, para de esta manera tener una visión global de la ejecución de la alianza a través de la producción de cada uno de los capítulos del seriado.

La estructura del reporte de rendición de cuentas debe contener:

Síntesis del autodiagnóstico: previo a la producción del capítulo del seriado en el que se reflejen las razones por las cuales la temática del capítulo cobra relevancia bajo los principios de participación estudiantil, manifestación científica o cultural.

Ejecución del proyecto audiovisual: en esta sección se explica la manera en que se formaron las fases de preproducción, producción y postproducción del capítulo del seriado, así como las demás acciones que surgieron como logro de la alianza estratégica ECS-SADPRO durante el proceso.

Deben acotarse los proyectos que en paralelo se realizaron como parte de la gestión comunicativa (reuniones de pauta, etc), así como los alumnos de la ECS que se vieron involucrados en la producción del capítulo.

Resultados obtenidos: en esta sección del reporte se debe explicitar si se alcanzaron los objetivos trazados en principio con la producción del capítulo, la convocatoria que logró, y en líneas generales el alcance que tuvo tanto para la formación de los alumnos de la ECS, los objetivos del SADPRO y la proyección de la imagen institucional de la UCV.

Observaciones: en esta parte del informe deben verse reflejados los puntos de avance y de dificultad presentes durante la ejecución de la alianza instrumentada en la coproducción del seriado. También deberán plantearse las acciones para futuras producciones, en función de aminorar dificultades y hacer más fluido el desarrollo de la alianza.

La información contenida en este reporte es de carácter público, es por ello que se recomienda anunciarlo a través de los portales de la ECS, el SADPRO y la

UCV, así como encontrarlos disponibles en la Biblioteca Gustavo Leal y en el Departamento de Publicaciones oficiales de la Biblioteca Central de la UCV.

La elaboración de este reporte se propone en función de:

- Hacer un balance de gestión.
- Diagnosticar logros y virtudes en el proceso de producción del seriado.
- Brindar un principio de sostenibilidad en el tiempo del proyecto.
- Crear una atmósfera de confianza hacia los nuevos proyectos de alianza.
- Promover la integración interinstitucional entre dependencias de la UCV.
- Mantener informada a la comunidad universitaria en general acerca del estado de la alianza estratégica ECS-SADPRO.
- Fomentar la Responsabilidad Social Universitaria en el seno de cada uno de los miembros que se ven involucrados en el proyecto.

CONCLUSIONES

Con respecto al primero de los objetivos específicos de la investigación, que consiste en identificar las inconsistencias epistémicas y prácticas que permitan diagnosticar el alcance del programa semestral de la Cátedra de Televisión sobre la formación del comunicador social del área, información sobre la cual se fundamentaría las características de la alianza estratégica entre la ECS y SADPRO, se puede concluir:

Luego de realizar la investigación a través de encuestas acerca de la percepción que la muestra de estudiantes tiene sobre de la instrucción de la Cátedra de Televisión I, como materia obligatoria dentro del pensum de estudios para todos los aspirantes al título de Licenciado en Comunicación Social, los resultados son la base de las siguientes afirmaciones:

Gran parte de las demandas realizadas por los estudiantes que no ven satisfecha sus expectativas con la Cátedra de Televisión están asociadas a la infraestructura y dotación de equipos con los que cuenta la ECS en el área audiovisual.

La edición de video es una de las habilidades ,que los estudiantes manifiestan, desea ser desarrollada a través de la incorporación de talleres en el área, como, en efecto, empezó a dictarse la materia “Post-producción audiovisual” por parte del Prof. Nelson Jiménez durante el semestre 2010-II.

En este sentido, y basado en el ejemplo anterior, es importante destacar también que muchos profesores de la cátedra tienen iniciativa al momento de canalizar demandas epistemológicas, proponiendo la apertura de nuevas materias, incorporación de determinadas metodologías de estudio, etc. El problema de que algunas de las ideas no se canalicen encuentran trabas a nivel burocrático o presupuestario.

Las características del perfil que se forma desde la Cátedra de Televisión I radican en el periodismo televisivo, razón por la cual se explotan las habilidades de los

estudiantes en un formato del seriado que pretende insertarlos en el proyecto de Noticias NCI (Noticias Culturales Iberoamericanas), en el que SADPRO tiene una participación.

El formato estándar del seriado surge como respuesta a brindar una plataforma más amplia en la que los estudiantes puedan demostrar de manera más flexible sus habilidades en los procesos de pre-producción, producción y post-producción audiovisual

El diagnóstico preliminar de la Cátedra de Televisión arroja necesidades en cuanto a infraestructura y mayor practicidad. Por otra parte, el departamento audiovisual del SADPRO requiere de personal formado en la generación de conocimientos y su codificación en el lenguaje audiovisual, habilidades en las que el perfil de comunicador social tiene competencias. Es por ellos que la asociación de ambos entes permitiría canalizar aspectos fundamentales en la gestión de ambos.

El siguiente de los objetivos específicos está referido a comprender los procesos de gestión comunicacional inmersos en el diseño de un modelo de alianza estratégica en función de dar respuesta a las inconsistencias y virtudes de los entes asociados. En este sentido se desglosan las siguientes conclusiones:

La gestión de la comunicación entre las dependencias de una institución de educación superior, como lo es la UCV, debe formalizarse en el marco de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), aspecto sobre el cual se funda la articulación de objetivos mancomunados en pro del desarrollo de la noción de universidad, como “universo de diversidad” en el que la transdisciplinariedad es factor clave.

En el proceso de comprensión de la gestión comunicacional entre entes adscritos a una institución de educación superior, sirvió de referente la obra “Responsabilidad Social Universitaria: Manual de Primeros Pasos” bajo el respaldo del Banco Interamericano de Desarrollo, y que además es el primer manual de su categoría.

En base a esta obra se establecieron los parámetros de interacción entre el la Cátedra de Televisión de la ECS y el SADPRO, desglosándose en las siguientes fases:

Primer paso: El compromiso

Es la primera etapa del proceso de despliegue de la alianza estratégica, en el que se pretende concientizar a la población estudiantil de la ECS y el SADPRO acerca de la necesidad de de la Responsabilidad social Universitaria a través de la ejecución de proyectos mancomunados en el que cada una de las partes ejecute sus habilidades y fortalezas para la consecución de objetivos.

Segundo paso: El autodiagnóstico

Esta etapa está relacionada con el principio de autocrítica que debe existir en las organizaciones de cualquier naturaleza, de manera que se permita conocer sus propias fortalezas y puntos débiles, con la finalidad de canalizarlos mediante la sinergia con otras dependencias afines, como es el caso de la ECS y el SADPRO.

Tercer paso: El cumplimiento

Es la fase en la que la ejecución de proyectos es necesaria para alcanzar objetivos mancomunados. En el caso específico de la alianza ECS-SADPRO el proyecto piloto es el seriado audiovisual a través del cual gira el resto de las acciones concernientes a la coproducción de un instrumento de esta naturaleza.

Cuarto paso: Rendición de cuentas

Constituye la etapa de cierre de los ciclos en los que se pretende ejecutar la alianza estratégica ECS-SADPRO. Se caracteriza por hacer un reporte que sirva de balance para estudiar la actuación de los distintos miembros que participaron en los procesos de ejecución del proyectos, y de esta manera planificar las acciones futuras.

El tercero de los objetivos específicos estaba referido a desarrollar un seriado televisivo de realización permanente, coproducido entre el departamento audiovisual

de SADPRO y los alumnos cursantes de materias adscritas a la Cátedra de Televisión, en función de la integración de potencial técnico y generación de contenidos.

En este aspecto se puede concluir que el proyecto piloto se desarrolla en dos formatos con la intención de dar mayor cobertura a los eventos de la comunidad ucevista y dar oportunidad a la mayor cantidad de alumnos de ser partícipes de la coproducción.

El primero de los formatos es el estándar y constituye el producto original de coproducción entre la ECS y el SADPRO, a través del cual se pretende dar cobertura más detallada acerca de los temas escogidos.

El segundo de los formatos se adaptará al estilo del Noticiero NCI , adscrito al convenio existente entre la ATEI y la UCV. A través de este formato se pretende utilizar un tratamiento periodístico para dar a conocer los acontecimientos en materia cultural que acontecen dentro de la UCV.

En el DVD anexo se puede observar el los capítulos pilotos de dos proyectos suscritos al seriado televisivo. El primero llamado “UCV:puesta en escena” que da cobertura a la movida teatral universitaria, el capítulo piloto cubre la noticia de los 32 años de trayectoria del grupo teatral El Chichón”.

El segundo proyecto es denominado “Al compás de la UCV”, aborda la temática de las manifestaciones culturales en cuanto a danza dentro de la UCV. El capítulo piloto trata las actividades que confluyen en el proyecto de la Dirección de Cultura de la UCV denominado “Tiempo libre en la UCV”. Ambos materiales audiovisuales se encuentran en su formato estándar y NCI.

El cuarto de los objetivos específicos estaba referido a reforzar la identidad universitaria a través del sentido de pertenencia que ofrece la participación activa del alumnado en un seriado televisivo al darle cobertura a los procesos creativos y de investigación de la comunidad ucevista.

Este objetivo se alcanzó mediante la participación de alumnos egresados de la Cátedra de Televisión en la producción del capítulo piloto de “Al compás de la UCV”, tema que fue escogido por el mismo equipo de alumnos, quienes se mostraron interesados por dar a conocer las actividades del proyecto “Tiempo libre en la UCV” que coordina la Dirección de Cultura universitaria.

En este sentido la participación activa en los procesos de pre-producción, producción y post-producción que involucraron a este primer grupo de estudiantes les permitió poner en práctica lo aprendido en la Cátedra de Televisión, además de convocar al resto de la comunidad a participar en las actividades de la Dirección de Cultura, con el fin de dar a conocer este proyecto bajo el principio de reforzar el sentido de pertenecía, y por consecuencia, la identidad universitaria.

El último de los objetivos específicos del proyecto de investigación se orientó a fomentar y servir de referente para siguientes proyectos de planificación de alianzas estratégicas entre la Escuela de Comunicación Social de la UCV y los distintos entes que conforman la comunidad universitaria.

En este sentido, queda carta abierta a futuras investigaciones que tengan como eje los procesos de integración intramuros en pro de consolidar la identidad universitaria a través de los mecanismos que brinda la comunicación social, para resultar en una mejor proyección de la imagen institucional y mayor conocimiento de la comunidad universitaria.

En líneas generales se puede decir que el objetivo general, referido a diseñar un modelo de alianza estratégica entre los Departamentos Audiovisuales de la ECS y SADPRO que permita a ambos entes potenciar el desarrollo de sus objetivos corporativos, fundamentado en un plan de gestión comunicacional orientado al fortalecimiento de las relaciones interinstitucionales y la identidad universitaria, se vió satisfecho tras el logro de los diversos objetivos específicos expuestos anteriormente.

De esta forma, queda de parte de las autoridades tanto de la ECS como del SADPRO estudiar la propuesta para decidir ponerla en marcha, bajo los principios de la integración intramuros, la participación estudiantil, el sentido de pertenencia de los espacios, la identidad ucevista y la Responsabilidad Social Universitaria.

RECOMENDACIONES

Primero que nada debe estudiarse el modelo de alianza estratégica diseñado en el presente proyecto por parte de las autoridades universitarias, puesto que son un foco clave al momento del protocolo institucional. Es por ello que se aconseja discutirlo en consejo de escuela, consejo de Cátedra y en el SADPRO, de manera que pueda moldearse a las necesidades contextuales que permitan el despliegue de la primera fase.

Una de las maneras en que el proyecto puede encontrar sostenibilidad en el tiempo, es mantenerlo agendado en los puntos de discusión de los encuentros de autoridades concernientes al área. Es importante seguir los pasos de conformación de grupos focales que se describe en el Capítulo IV.

Debido a la inversión de tiempo y habilidades que lleva para los alumnos involucrados en los procesos de producción y ejecución de la alianza, el proyecto puede verse suscrito en el marco del Servicio Comunitario, puesto que cuenta con una carga importante de Responsabilidad Social Universitaria hacia la comunidad ucevista.

El SADPRO cuenta con diversas áreas en las que se requiere la presencia del perfil de las labores de un comunicador social, por esta razón, pueden estructurarse planes de pasantías, lo que representaría una alternativa en las formas de integración que inicialmente se plantean en el modelo de alianza estratégica.

GLOSARIO

Alianza estratégica: acuerdo a través del cual se pretende dar respuesta a objetivos mancomunados entre las partes que lo integran.

Cátedra: unidad académica primaria donde uno o más profesores imparten una determinada materia

Departamento: unidad en la que se asocian diversas cátedras según su disciplina.

Espacio: factor de cohesión social de un colectivo referido a la estructura física sobre la cual se llevan a cabo los procesos de convivencia

Estructura de Comunicación: Departamento habilitado para los procesos de gestión comunicativa.

Gestión Comunicacional: proceso que contribuye a la creación de espacios de información, participación e integración de los actores que se asocian institucionalmente bajo una causa.

Identidad Universitaria: conjunto de atributos y características que integran la personalidad institucional de las organizaciones de educación superior, en este caso específico, de la UCV.

Imagen institucional: conjunto de información que se obtiene acerca de una organización al ésta proyectar su identidad institucional.

Institución: entidad en la que se asocian intereses de diversa naturaleza en función del bienestar de un colectivo.

Intrauniversitario: referido a los procesos que se llevan a cabo entre las organizaciones de una institución universitaria.

Labor investigativa: actividades de investigación referidas al campo de las ciencias puras.

Memoria Colectiva: acervo cultural que se forma en base a experiencias comunes entre los miembros de un colectivo que convive sobre un espacio.

Post-Producción: conjunto de actividades destinadas a la edición, musicalización y afinación de detalles del material audiovisual crudo que lo traduce en un producto acabado.

Pre-Producción: fase de la producción televisiva en que se planifican los detalles relacionados a la realización del producto audiovisual. Incluye la elaboración de guión, pruebas de cámara, diseño de iluminación, entre otros.

Procesos creativos: actividades referidas al desarrollo de las artes y campos asociados.

Producción: etapa de la producción televisiva en la que se llevan a cabo los procesos técnicos que dejarán registro del material en bruto que luego será trabajado.

Relaciones Interinstitucionales: nexo que se establece entre 2 o más organizaciones que persiguen la prosecución de objetivos mancomunados.

Sentido de pertenencia: principio que fomenta el arraigo particular de los individuos hacia los espacios de convivencia y hacia lo que representa una institución como ente generador de experiencias de vida.

Seriado: producto audiovisual que instrumenta la Alianza estratégica entre la ECS y SADPRO. Pretende dar cobertura a los eventos asociados con los procesos de investigación científica y creativa de la comunidad ucevista.

Bibliografía

Textos

- Berlo, D. (1981). **El Proceso de la Comunicación. Introducción a la Teoría y a la Práctica.** Buenos Aires: El Ateneo
- Chaves, N. (1988). **La Imagen Corporativa. Teoría y metodología de la Identificación Institucional.** Barcelona: Gustavo Gilli
- De García, E. (Comp.). (1998). **Convenios Interinstitucionales Nacionales.** Caracas: Ediciones de la Biblioteca – EBUC
- Dorrego, L (2003) **El sistema de actualización docente del profesorado de la UCV.** Caracas: UCV/Fondo Editorial
- García, J. (1976). **Antropología del territorio.** Madrid: Taller de ediciones Josefina Betancur.
- Memelsdorff, F. y Rolando, C. (1985). **Diseño: Empresa & Imagen.** Barcelona: Ediciones Folio
- Mucchielli, A. (1983). **Psicología de la Comunicación.** México: Paidós
- Naim, M. (1989). **Las Empresas Venezolanas: su Gerencia.** Caracas: Ediciones IESA.
- Ontiveros, T. (1995). **Memoria espacial y hábitat popular urbano.** Caracas: UCV/Fondo Editorial
- Pinazo, S. y Pastor, Y. (2006). **Modelos teóricos en el estudio de la comunicación.** Madrid: Pirámide.
- Regouby, C. (1989). **La comunicación global. Cómo construir la imagen de una empresa.** Barcelona: Ediciones Gestión 3000.
- Sheldrake, R. (1990). **La presencia del pasado: Resonancia mórfica y hábitos de la naturaleza.** Barcelona: Kairos

- Tejada, L. (1987). **Gestión de la Imagen Corporativa. Creación y Transmisión de la Identidad de la Empresa.** Colombia: Editorial Norma.
- Weil, P. (1990). **La comunicación global: Comunicación institucional y de gestión.** Buenos Aires: Paidós.
- Winkin, Y. (1982) **La nueva comunicación.** Barcelona: Kairos.

Documentos Oficiales

- Ley de Universidades (1970) *Gaceta Oficial de la República de Venezuela, 1.429 (Extraordinaria)*, Septiembre 8, 1970.

Revistas

- Ackerman, L (1988) **Identity Strategies that Make a Difference.** The Journal Of Business Strategy. Vol. 9. Nro. 3: 28-31.
- Colina, Y. (2008). **Convenios UCV al día.** DICORI al día. N°1 Año 1, 3-4
- Portugal, J. y Halloran, K. (1986). **Avoiding a Corporate Identity Crisis.** Management Review. Vol. 75 Nro 4: 43-45.
- Ramos, R. (1989). **Maurice Halbwachs y la memoria colectiva** Revista de Occidente. N° 100.

Otras publicaciones

- Bracamonte, W. (2009). **Propuesta de modificación.** Caracas: Departamento Audiovisual, Escuela de Comunicación Social UCV. (Inédito)
- Briceño Benitez, M. (1992) **Gestión de la proyección de imagen institucional: aproximación a los conceptos y procedimientos para el manejo de la imagen en las organizaciones venezolanas.** Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela
- Galeno, C. (2007) **Estrategias de Cooperación para el financiamiento de proyectos de investigación científica y tecnológica ejecutados por la**

Universidad Central de Venezuela. Trabajo de Ascenso. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.

- García Pelayo, R. (1977). **Pequeño Laurousse Ilustrado.** París: Ediciones Laurousse.

Tesis

- Mendoza, Y. (2001). **El Laurel: Memoria Colectiva Sentido de Pertenencia en un Territorio Popular Urbano del Area Metropolitana de Caracas.** Trabajo de Licenciatura. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- Guevara, M. y Betancourt, S. (2001). **Diseño de un Modelo de Gestión Comunicacional para la Responsabilidad Social en Empresas Públicas y Privadas.** Trabajo de Licenciatura, Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.

Manuales

- Vallaey, F; de la Cruz, C y Sasia, P. (2009). **Responsabilidad social universitaria: Manual de Primeros Pasos.** México, DF: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Alonso, I (2001). **Normas de Estilo NCI.** Madrid: ATEI

Consultas en Internet

- Banco Interamericano de Desarrollo: <http://www.iadb.org/>
- Programa de Cooperación Interfacultades UCV : <http://www.pci.ucv.ve/>

ANEXOS

Anexo 1

Formato de encuesta aplicada a los alumnos de la ECS-UCV

Universidad Central de Venezuela
Facultad de Humanidades y Educación
Escuela de Comunicación Social

Semestre: _____ Edad: _____

ENCUESTA

Marque con una X la respuesta de su selección

1. ¿Se cumplieron las expectativas que tenía de la materia Televisión I?

Si _____ No _____

2. ¿Conoce de algún convenio o alianza entre la ECS y alguna organización?

Si _____ ¿Cuál

? _____

—

No _____

3. ¿Conoce el SADPRO?

Si _____ ¿Qué significan sus
siglas? _____

No _____

4. ¿Se ha involucrado en actividades de alguna institución universitaria?

Si _____ ¿Cuál? _____

No _____

5. ¿Conoce de algún proyecto que esté llevando a cabo alguna dependencia universitaria?

Si _____ ¿Cuáles? _____

No _____

6. Recomendaciones para mejorar los cursos de Televisión en la ECS:

7. ¿Qué habilidades desarrolló durante el curso de la materia?:

Anexo 2

Entrevista Realizada por correo electrónico a la Prof. Lorena Pino, Jefe de Cátedra de Televisión de la ECS

1. ¿Qué materias conforman actualmente la Cátedra de Televisión?
Televisión I, Televisión II . Televisión III no se ha dictado en los últimos años.
Sólo TVI es de carácter obligatorio. Las otras de carácter optativo, pero en el caso de TV II muchos la ven como obligatoria en el sentido que es requisito para el Certificado de Locución. Ambas materias teórico-prácticas tienen 4 horas académicas semanales.
2. ¿Cada cuánto se renuevan los contenidos impartidos?
Cada profesor debe actualizar los contenidos cada semestre. Sin embargo, hay una estructura base con contenidos que abarcan desde Historia de la TV en el mundo y en Venezuela, la estructura y funcionamiento de un canal de TV, el Noticiero de TV y su elaboración, que siempre se dictan, pero varían en enfoque y dinámica de acuerdo a cada profesor.
3. ¿Los contenidos están realmente adaptados al perfil de los que se necesita en el mercado televisivo?
Sí, se ofrece la base académica, teórica, los conceptos generales del medio y su contexto histórico. Sin embargo, debe realizarse una revisión más profunda para incorporar variables que influyen la nueva dinámica de los medios, principalmente por el cambiante contexto de la TV en Venezuela en los últimos 10 años, que afecta toda la estructura de los medios y además por la incorporación cada vez más vertiginosa de nuevas tecnologías en el campo audiovisual.

Para ello se dio un primer paso, más allá de las actualizaciones individuales realizadas por cada docente, al incorporar el semestre pasado (2010-1) una materia de Producción de TV como electiva, y este semestre otra de Posproducción de TV.

4. ¿Cuáles considera son las principales necesidades de la Cátedra? (tanto a nivel técnico como epistemológico)

A nivel Técnico: Reestructuración, rediseño del estudio de TV. Operativo en un mínimo porcentaje en la actualidad y con un deterioro creciente en los últimos años.

A nivel epistemológico: Realizar una revisión del programa tras un detallado estudio de los tópicos referentes a la TV.

5. ¿Qué proyectos se están llevando a cabo para potenciar la gestión de la Cátedra? (Convenios, adquisición de equipos, etc)
Adquisición de equipos para el área de posproducción.
Posible convenio con División Audiovisual UCV para uso de sus espacios.

6. A continuación se le presentarán los resultados del planteamiento “Recomendaciones para mejorar los cursos de Televisión en la ECS” contenida en una encuesta aplicada a 41 alumnos de 6to semestre cursantes de la materia Televisión I. **Bajo cada una de las respuestas, por favor acote las observaciones pertinentes** en cuanto avances o medidas que se adoptan o pueden adoptarse para solventar las exigencias planteadas por los alumnos.

8. Recomendaciones para mejorar los cursos de Televisión en la ECS:

- Actualización de Equipos: **32 alumnos**

Acotación: Requiere presupuesto y gestiones para lograr la actualización.

- Mejora del estudio de TV: **12 alumnos**

Acotación: Más que una “mejora” se requiere una completa actualización

- Profesores más capacitados: 6 alumnos

Acotación: La capacitación debe apoyarse y ofrecerse con facilidades de financiamiento a los profesores

- Mayor practicidad: 6 alumnos

Acotación: La incorporación de materias optativas complementarias puede ayudar a esto, junto a la dotación de nuevos equipos

- Hacer grupos más pequeños para las prácticas: 3 alumnos

Acotación: La televisión es un trabajo en equipo y en equipos grandes que permitan diversificar funciones y responsabilidades. Un programa de Tv requiere de muchos roles que difícilmente podrán cumplir eficientemente 2 o 3 personas.

- Enseñar a Editar: 2 alumnos

Acotación: Importante, se está incorporando materia de posproducción. Los alumnos también deberán explorar diversos aspectos técnicos de apoyo fuera de la universidad.

- Actualización de contenidos: 2 alumnos

Acotación: Importante, se está realizando, aunque requiere trabajo en equipo entre todos los profesores de la Cátedra.

- Convenios con organizaciones: 1 alumno

Acotación: Se están tratando de establecer estas alianzas, en lo inmediato para solventar el problema del estudio.

- Talleres de proyección de Voz: 1 alumno

Acotación: Debe tomarse los conocimientos básicos de radio y aplicarse con los ajustes propios del medio al caso televisivo.

- Presencia de invitados: 1 alumno

Acotación: Se realizan en la medida de lo posible, de acuerdo a la relevancia del invitado para el contenido. Actualmente la materia optativa de Periodismo televisivo e información en TV, se basan en la experiencia de personalidades invitadas.

- Plantear TV2 como obligatoria: 1 alumno

Acotación: Podría ser importante, en un semestre no puede abarcarse todo el contenido clave.

- Visitas a canales: 1 alumno

Acotación: Se realizan como parte al menos de mi dinámica de TV1. Como caso concreto alumnos han visitado la sede de RCTV en varias oportunidades para conocer de cerca el funcionamiento del departamento de prensa y familiarizarse con la dinámica de la práctica profesional.

Anexo 3

Propuesta de materia de Edición de video hecha por el Prof. Nelson Jiménez

**UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DEPARTAMENTO AUDIOVISUAL
Asignatura Plan Variable
PCI**

Prelación: Cine I, Televisión I

PCI: 5to. Semestre y/o 3er. año

Postproducción de Video Digital

Prof. NELSON JIMÉNEZ HERNÁNDEZ

Presentado para la consideración del Consejo de Escuela *Postproducción de Video Digital* _____

1. Fundamentación

Hablar de Postproducción de Video Digital es hablar de la única forma, hoy día, de poder realizar una pieza audiovisual, en este formato o soporte electromagnético. Es la etapa final en el proceso de ejecución de un proyecto para la comunicación, que al igual que el resto de producciones para la comunicación audiovisual y gráfica requieren de herramientas y plataformas digitales. El extraordinario desarrollo que ha experimentado la comunicación en las sociedades actuales está signado por los sorprendentes avances tecnológicos, en la llamada era digital. El genuino y acertado uso de estos recursos potencian y contribuyen el logro de los objetivos del hecho comunicacional, orientado a públicos cada vez más avezados, críticos y selectivos de los contenidos y formas de la comunicación, principalmente en las comunicación audiovisual. Aprender, conocer, las características y posibilidades expresivas de estas herramientas potencian y conectan al comunicador social con las exigencias de los públicos actuales. Realidad que requiere de profesionales de la comunicación capaces de estar en sintonía con los nuevos tiempos y formados apropiadamente para dar respuestas asertivas, efectivas y oportunas.

Es por ello que, el valor de esta asignatura se traduce en la importancia de contribuir a la formación de profesionales de la comunicación social, conectados y con competencias que le permitan hacer frente a nuevos contextos comunicativos altamente tecnificados, facilitándoles los conocimientos para el manejo adecuado de múltiples herramientas y plataformas de postproducción de video digital.

Esta asignatura es desarrollada en forma de taller, a fin de lograr una interacción permanente, que pretende facilitar el manejo de los conceptos claves y su aplicabilidad en el ámbito profesional.

2. Objetivo general

Apoyar la formación del profesional de la comunicación social en el campo de la postproducción de video digital, facilitando el manejo de conceptos claves, así como suministrar herramientas prácticas, técnicas y modos para el desarrollo y la producción de piezas audiovisuales haciendo uso de las nuevas tecnologías, soportes y medios, aplicando los conocimientos en entornos de trabajo reales. Desarrollar el conocimiento en la manipulación creativa de imagen y sonido, en soportes vídeo, para medios convencionales, nuevos medios y multimedios.

Al finalizar el curso los participantes serán capaces de contribuir de manera creativa en la elaboración de piezas audiovisuales, orientadas a acciones comunicativas bajo una visión integral. En este sentido, se dotará a los participantes de conocimientos, herramientas y una metodología básica que les permitirá ejecutar esta etapa del proceso en la producción audiovisual.

3. Objetivos específicos: (objetivos particulares de aprendizaje)

- . Hacerse de conceptos claves.
- . Aplicar el conocimiento a situaciones prácticas.
- . Identificar las técnicas para ejecución de proyectos.
- . Utilizar adecuadamente las herramientas de acuerdo a las particularidades de cada proyecto.
- . Conocer y manipular adecuadamente las diferentes plataformas.

- . Formarse con una visión integral para la postproducción audiovisual.
- . Integrar nuevos enfoques de comunicación bajo la lógica digital.
- . Acometer y solucionar casos prácticos.
- . Desarrollar proyectos para medios no convencionales.

1. Contenido programático:

MÓDULO 1: *El lenguaje audiovisual*

- . El lenguaje audiovisual.
- . Características y recursos del lenguaje audiovisual.
- . La imagen y el sonido.
- . El audio. Componentes y características.
- . Características de la Imagen y su valor creativo.
- . Los medios audiovisuales con soporte video.
- . Diferencias y semejanzas en los medios audiovisuales.

MÓDULO 2: *Organigrama y funciones del equipo de postproducción*

- . Organigrama y funciones del equipo de postproducción
- . El Director de postproducción
- . El Editor. Características
- . El guión. La pauta de edición
- . Planificación de la edición
- . Selección y organización del material
- . Sistemas de TVHD
- . Glosario Básico

MÓDULO 3: *Edición digital de video*

- . La edición. Tipos. Características
- . Formatos
- . Captura y compresión
- . Los sistemas de edición: lineal y no lineal
- . La gráfica electrónica y efectos
- . La sonorización, musicalización y locución
- . Uso de herramientas básicas para edición de imagen.
- . Uso de herramientas básicas para edición de audio.

MÓDULO 4: *Master, transferencia y copias*

- . Masterización
- . Compatibilidad. Alta definición
- . Transferencia a diferentes formatos y soportes.
- . Copias

Actividad de cierre: Presentación pública de trabajos finales.

Prof: Nelson Jiménez Hernández

Anexo 4

NORMAS DE ESTILO NCI.

INTRODUCCIÓN. POLÍTICA EDITORIAL.

1. NCI se define como un noticiero diario de información cultural donde tienen cabida todas las manifestaciones culturales de Iberoamérica que contribuyan a fortalecer la dimensión iberoamericana de esa comunidad.

2. El término cultura se entiende no sólo como la muestra de las manifestaciones más tradicionalmente entendidas como tales y que son objeto de las actuales **Industrias culturales**, sino que también considera su vertiente más popular, incluyendo aspectos **antropológicos** y **etno-folclóricos**. Las culturas originarias y sus descendientes, la forma de vida y sus costumbres, son también piezas claves para entender la actualidad cultural en muchos pueblos iberoamericanos.

3. NCI tiene un decidido carácter de **cooperación** entre los países que forman la Comunidad Iberoamericana. La información cultural de NCI atenderá tanto lo local, como lo regional o nacional, pero prestará especial atención a las noticias que sean expresión de la Cooperación Cultural Iberoamericana, entendida ésta como **“diálogo”** entre sus actores culturales.

4. La **voz del interior** tendrá un lugar importante en la agenda noticiosa de NCI. La información de carteleras y agendas culturales tendrá su origen no sólo en las capitales, sino que reflejará también la actividad cultural generada en el corazón de Iberoamérica.

5. NCI noticias **no es un informativo elitista** y, sin renunciar a la “alta cultura”, aspira ganar segmentos de audiencia amplios entre la población general de Iberoamérica.

NORMAS DE ESTILO.

-Una noticia NCI es cualquier información de un acontecimiento cultural de actualidad de trascendencia local, regional, nacional o internacional (Iberoamérica) que contribuya a la construcción de la idea de **Comunidad Iberoamericana**. Para su selección, se tendrán en cuenta los siguientes factores:

Trascendencia, actualidad, dimensión Iberoamericana, equilibrio de género/etnia, atractivo para audiencias amplias y público joven, equilibrio temático en el conjunto del noticiero, equilibrio cultural-geográfico.

-Tendrán cabida todas las expresiones culturales: Música (conciertos, video-clips, entrevistas); Cine (largometrajes, cortos, documentales); Literatura (novela, poesía, ensayo); Artes Escénicas: teatro (clásico, contemporáneo); hapenning, acciones de arte, monólogos,

musicales; Artes Plásticas: pintura, grabado, arte contemporáneo; Danza; conjuntos, danza contemporánea/clásica, compañías; Arte Callejero (graffiti, hip hop); Videoarte (video instalaciones, arte digital, nuevas tecnologías); Pensamiento (filosofía, teoría, sociología); Lenguaje y Comunicación; Arte en Internet, televisión y otros medios de comunicación.

-Con independencia de los aportes y modificaciones que pueda haber sobre la marcha, la estructura básica de **NCI Noticias, de una duración aproximada de 17 minutos**, será la siguiente.

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES
CABECERA				
TITULARES	Tres titulares, uno por cada bloque.			
BLOQUE 1	CULTURA IBEROAMERICANA Y DE IBEROAMÉRICA, EN GENERAL.			
Noticia 1.	La noticia del día (noticia de especial relevancia en el mundo de la cultura)			
Nota 2.	Información sobre cultura en general: cine, teatro, música, danza, libros...			
Nota 3.	Interiores. Información relacionada con el interior de los países, incluido lo etno- folclórico.			
BLOQUE 2	CULTURA POPULAR			
Noticia 4.	Noticia cultural de carácter popular, relacionada a veces con el mundo del espectáculo.			
Nota 5.	Información del mundo pop y juvenil: música, graffiti, fotografía, arte callejero...			
Nota 6.	Información variada en la línea "popular" de este bloque. Puede no existir, en función del tiempo.			
BLOQUE 3	SECCIONES FIJAS			
Sección 1	<p>Reportaje (3').</p> <p>Sobre los temas NCI. La actualidad del mismo tendrá mayor vigencia que las notas.</p>	<p>Entrevista (3').</p> <p>A un personaje relevante que tenga relación con la actualidad en un estilo más reposado que los <i>totales</i> de las piezas.</p>	<p>Reportaje (2,5').</p> <p>Sobre los temas NCI. La actualidad del mismo tendrá mayor vigencia que las notas.</p>	<p>Cartelera/ Desde el interior (2).</p> <p>Cartelera cultural Iberoamericana. La generada en las capitales se alterna con la del interior de los países.</p>
Sección 2	<p>La firma (1'). reflexión sobre <i>cultura</i> hecha por un personaje del mundo de la cultura y el pensamiento que termina en una firma para NCI.</p>	<p>Tras los libros (1,5').</p> <p>Novedades editoriales Iberoamericanas.</p>	<p>Talentos (1,5'). Breve semblanza de talentos emergentes.</p>	<p>La mirada semanal (2').</p> <p>NCI repasa en clave crítica, pero con un toque de humor inteligente, las noticias de la semana.</p>

-En cuanto al **estilo de redacción**, habrá libertad para estructurar el guión de cada pieza televisiva, tanto en el orden de los contenidos como en su montaje. Es importante una reflexión previa acerca del tratamiento que se dará a la noticia: crítico, en clave de humor, “objetivo”...

-En general, en NCI tienen cabida **todos los géneros periodísticos**: Desde la pieza televisiva, el reportaje, la entrevista, contacto en exteriores, breves hasta el Vox Populli...En todo caso, las piezas deben tender a una **realización y montaje innovadores**.

-**Es posible enviar las piezas totalmente terminadas o hacer llegar los brutos** con la información necesaria para que se edite en Madrid.

-**La duración de las piezas** variará: Cerca de 2 minutos cuando se trate de una pieza normal del informativo y 3 minutos, cuando se trate de un reportaje (lunes y miércoles).

-**Temporalidad**: Si no se ha fijado una fecha de emisión concreta, las notas propuestas por los miembros de la Red serán programadas de forma que puedan entrar en edición en la fecha teórica de llegada a Madrid.

Teniendo eso en cuenta, así como posibles retrasos por motivos técnicos de última hora, se puede calcular que las notas saldrán al aire, como muy tarde, unos 10 días después de su recepción.

Esto debe ser considerado a la hora de “datar” la noticia. En todo caso, si las fechas son muy críticas, debe hablarse con la persona responsable de la Red NCI para asegurar su emisión en la fecha correcta.

Aunque NCI no pretende ser un noticiero regido por la actualidad inmediata, las notas no deben tener una “vida” mayor de un mes. Distinto es el caso de los reportajes, de tres minutos o tres minutos y medio, que podrán ser “atemporales”.

-Si la colaboración se realiza para alguna de las **secciones fijas**, las piezas deberán ajustarse al modelo que se muestra en el piloto o en pilotos sucesivos y su duración aproximada es la que figura en el esquema anterior.

-**Los formatos de grabación deberán ser profesionales (en orden de preferencia):** / Betacam SP / DV CAM /Mini DV /DVD grabado en alta calidad.

-**Rótulos**: Para los rótulos, se debe considerar el siguiente formato:

Nombre del entrevistado/Cargo (no exceder de 36 caracteres con espacio).

Próximamente, los integrantes de la Red NCI recibirán los correspondientes elementos gráficos para incorporarlos al montaje de la nota. Hasta entonces, deberán enviarse las notas “limpias” y los datos a rotular por e-mail o FTP.

-Entradillas en cámara: Para marcar presencia en el lugar de la noticia, los redactores podrán hacer al comienzo, en medio, o al finalizar la pieza, una entrada. Ej. **“Desde Managua, David Mellado de Canal 26 para NCI Noticias”**

-Locuciones en off: Estándares profesionales de dicción. La variedad de acentos que encontramos a lo largo de todo el espacio iberoamericano, ya sea en lengua española o portuguesa dará un valor añadido a NCI.

-Musicalización de una pieza: En el caso de que se quiera musicalizar una pieza en el montaje de origen, será necesario el uso de músicas con los correspondientes derechos de emisión. Si lo solicitan, los integrantes de la Red NCI recibirán un conjunto de músicas libres de derechos para su uso en NCI.

-Créditos: Los créditos de cada integrante de la red NCI – así como también del equipo que realiza la pieza – irán en un croll final con el que se despedirá el programa.

METODOLOGÍA DE TRABAJO PARA EL ENVÍO DE NOTICIAS.

El proceso de aportación de noticias por parte de los miembros de la red NCI estará sujeto a la siguiente secuencia de acciones:

1.- Semanalmente, se propone a la redacción de NCI a través de Magaly Roldán (E-mail: magalyroldan@ateiamerica.com) la/s noticia/s que se considere oportuno, así como el tratamiento de la/s misma/s. Esta propuesta se realizará vía e-mail, teléfono (34-915227099 ext.132) o cualquier otro medio de comunicación.

La propuesta debe explicar brevemente el contenido de la nota, la importancia del asunto a tratar, la duración de la misma y su actualidad, el planteamiento etc. La redacción de NCI también podrá hacer propuestas para evitar la repetición de temas por parte de los distintos miembros de la Red NCI. Si durante la semana surgen nuevas noticias, se revisará la propuesta inicial.

2.- Una vez aceptada la/s noticia/s y su modalidad, se fija la fecha de recepción y emisión la misma.

3.- La/s nota/s, una vez editada/s, puede/n hacerse llegar a NCI por alguno de los medios siguientes:

-FTP: compresión: MPG2 (si la nota dura poco más de un minuto, podría mandarse sin compresión). NCI aportará la dirección FTP correspondiente. Para más precisiones técnicas,

consultar al Ingeniero Carlos León. E-mail: carlosleon@ateiamerica.com o a Jorge Morales en: jorgemorales@ateiamerica.com.

-Utilizando la mensajería urgente de ATEI, previa petición. Por esta vía se puede enviar en DVD (compresión máxima calidad) o CINTA DVCAM-BETACAM PAL O NTSC.

-Otros sistemas que, ocasionalmente, puedan habilitarse para ello como puede ser el satélite, especialmente si algún miembro de la red tiene disponibilidad para subir sus notas al satélite Hispasat.

Anexo 5

Formato de evaluación de la gestión de la alianza desde la Cátedra de Televisión de la ECS- UCV

Fecha:

Capítulo del Seriado/ NCI:

Alumnos participantes:

Evaluación: Cátedra de Televisión ECS			
Fortalezas	Debilidades	Ptos Críticos	Dem/Sugerencias

Fuente: Responsabilidad Social Universitaria: Manual de Primeros Pasos

Anexo 6

Formato de evaluación de la gestión de la alianza desde el Departamento Audiovisual del SADPRO

Fecha:

Capítulo del Seriado/ NCI:

Alumnos participantes:

Evaluación: Departamento Audiovisual SADPRO UCV			
Fortalezas	Debilidades	Ptos Críticos	Dem/Sugerencias

Fuente: Responsabilidad Social Universitaria: Manual de Primeros Pasos

Anexo 7

Guión piloto de “UCV puesta en escena”



UCV

PUESTA EN ESCENA

CAPÍTULO PILOTO

VIDEO	AUDIO
FADE IN INTRO POSTPRODUCIDA	MÚSICA: ROXETTE/CHICAGO
E: LOC CAM PM INSERT: IVÁN ZAMBRANO CONDUCTOR	DESDE:DURANTE MÁS DE TRES.. DURACIÓN: 00' 21” HASTA:...UCV PUESTA EN ESCENA
IMÁGENES DE REFERENCIA	MUSICA: WALKING ON SUNSHINE
EDGAR PAREDES PM INSERT: EDGAR PAREDES DIRECTOR DE EL CHICHÓN	DESDE: SON 32 AÑOS YA... DURACIÓN: 00'47” HASTA: ...EN MI CABEZA

<p>IMÁGENES DE REFERENCIA</p> <p>EDGAR PAREDES PM</p>	<p>MÚSICA: WALKING ON SUNSHINE</p> <p>UNO CREE QUE VA A ENSEÑAR TEATRO PARA LOS NIÑOS... ELLOS POR SI SOLOS SON EXCELENTES MAESTROS</p>
<p>IMÁGENES DE REFERENCIA</p> <p>VOZ OFF EDGAR PAREDES</p>	<p>ES QUE EL NIÑO JUEGA, Y EL TEATRO PARA NIÑOS, ES LÚDICO, ESO ES HERMOSO</p>
<p>EDGAR PAREDES PM</p>	<p>DESDE: PRODUCIR CON ELLOS... DURACIÓN: 00'22" HASTA: ...SE DAN CUENTA</p>
<p>IMÁGENES DE REFERENCIA</p> <p>VOZ OFF EDGAR PAREDES</p>	<p>MÚSICA: WALKING ON SUNSHINE</p> <p>DESDE: CADA ESPACIO... DURACIÓN: 00'26" HASTA: ...UN ESPECTÁCULO</p>

<p>IMÁGENES DE REFERENCIA</p>	<p>MÚSICA: WALKING ON SUNSHINE</p>
<p>EDGAR PAREDES PM</p>	<p>DESDE: EN EL TEATRO... DURACIÓN: 00'44" HASTA:...ES MUY DIFÍCIL</p>
<p>FADE IN</p>	
<p>EDGAR PAREDES PM</p>	<p>DESDE: EN LOS ACTUALES... DURACIÓN: 00'49" HASTA:...EL VESTUARIO</p>
<p>IMÁGENES DE REFERENCIA</p> <p style="text-align: right;">VOZ OFF EDGAR PAREDES</p>	<p>DESDE: TENEMOS UN ... DURACIÓN: 00'17" HASTA: ...A LA AGRUPACIÓN</p>
<p>EDGAR PAREDES PM</p>	<p>DESDE: HAY UN MONTAJE... DURACIÓN: 00'15" HASTA: ...HACIENDO UNA NUEVA VERSIÓN</p>
<p>IMÁGENES REFERENCIALES</p> <p>FADE IN</p> <p>IMÁGENES REFERENCIALES</p>	<p>MÚSICA: WALKING ON SUNSHINE</p>
<p style="text-align: right;">VOZ OFF</p>	<p>DESDE: ES DISCIPLINA...</p>

<p>EDGAR PAREDES</p> <p>EDGAR PAREDES PM</p> <p>CRÉDITOS</p>	<p>DURACIÓN: 00'19" HASTA: ...BUEN CONTENIDO</p> <p>DESDE: EN LA UNIVERSIDAD DURACIÓN: 00'15" HASTA: HACER TEATRO</p> <p>MÚSICA: ARE YOU GONNA BE MY GIRL? /JET</p>
--	---

Anexo 8

Guión Noticias NCI: El Chichón



ANIVERSARIO EL CHICHÓN

VIDEO	AUDIO
E: LOC CAM PM INSERT: IVÁN ZAMBRANO NOTICIAS NCI TRANSICIÓN: CUBE 3D	MÚSICA: JAZZ ELECTRO DESDE : DURANTE MÁS DE TRES.. DURACIÓN: 00'17" HASTA : ...DOS MIL DIEZ
EDGAR PAREDES PM INSERT: EDGAR PAREDES DIRECTOR DE EL CHICHÓN TRANSICIÓN: CUBE 3D	DESDE: SON 32 AÑOS YA... DURACIÓN: 00'47" HASTA: ...EN MI CABEZA
EDGAR PAREDES PM	DESDE: RETOMAMOS... DURACIÓN: 00'16" HASTA:...EL VESTUARIO
IMÁGENES DE REFERENCIA VOZ OFF	DESDE: TENEMOS UN ... DURACIÓN: 00'17"

EDGAR PAREDES	HASTA: ...A LA AGRUPACIÓN
EDGAR PAREDES PM	DESDE: HAY UN MONTAJE... DURACIÓN: 00'15" HASTA: ...HACIENDO UNA NUEVA VERSIÓN
TRANSICIÓN: CUBE 3D	
E: LOC CAM PM DURACIÓN: 00'15"	DESDE: LA INVITACIÓN ESTÁ... DURACIÓN: 00'15" HASTA: ...NOTICIAS NCI MUSICA: FADE OUT

Anexo 8

Guión Noticias NCI: Tiempo Libre en la UCV



PROYECTO: TIEMPO LIBRE UCV

VIDEO	AUDIO
E: LOC CAM PM DURACIÓN: 00'17"	MUSICA: MAMBO INST./ ORQ SINF DESDE: LA DIRECCIÓN DE CULTURA... DURACIÓN: 00'17" HASTA: ...EN UNA ENTREVISTA
LIC. ALBA AÑEZ PM INSERT: LIC. ALBA AÑEZ COORDINADORA TRANSICIÓN: CUBE 3D	DESDE: ESTA INICIATIVA... DURACIÓN: 00' 18" HASTA: ...EN GENERAL
LIC. ALBA AÑEZ PM TRANSICIÓN: CUBE 3D	DESDE: CUANDO HABLAMOS DE... DURACIÓN: 00'43" HASTA: ... LAS FACULTADES
LIC. ALBA AÑEZ PM	DESDE: EN PRINCIPIO... DURACIÓN: 00'19"

<p>TRANSICIÓN: CUBE 3D</p> <p>LIC. ALBA AÑEZ PM</p>	<p>HASTA: ...LA INSCRIPCIÓN</p> <p>DESDE: ESTO ES UN PROGRAMA...</p> <p>DURACIÓN: 00'28"</p> <p>HASTA: ...EL PROGRAMA</p>
<p>TRANSICIÓN: CUBE 3D</p> <p>E: LOC CAM PM</p>	<p>DESDE: LA MUSICA...</p> <p>DURACIÓN: 00'13"</p> <p>HASTA: ... ANGELA HERNÁNDEZ PEKLE</p> <p>FADE OUT CORTINA MUSICAL: MAMBO INST./ ORQ SINF SALSA</p>