

Autor: Mauricio Mosquera Restrepo*
Título: TALLER TELEVISIÓN UNIVERSITARIA
Ciudad: La Paz, 2005
Producción: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, www.c3fes.net
Nota: Puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

TALLER TELEVISIÓN UNIVERSITARIA

Lugar: La Paz

Fecha: del 3 y 4 de noviembre de 2005

Organizadores: FES-ILDIS en coordinación con la Red Universitaria Boliviana de Información, con el apoyo de C3 de la FES Colombia.

Beneficiarios: Red Universitaria Boliviana de Información, a través de todos sus canales integrantes, SECRAD (Universidad Católica Boliviana)

Número de Participantes: 19

- **Mujeres:** 3
- **Hombres:** 16

Objetivo del evento:

- Facilitar espacios para la reflexión conceptual que apoyen a la realización de diagnósticos y a la formulación de lineamientos básicos de funcionamiento de los canales universitarios, tomando en cuenta su función como medios públicos.

Tipo de evento:

Taller académico de dos días, ocho horas diarias.

* Comunicador de la Universidad Pontificia Bolivariana con experiencia en el área audiovisual, tanto en la formación en el campo técnico como en el diseño de producción, programación, presupuestos y manejo de personal. Realizador de televisión que logra concebir la producción y la programación con una perspectiva realista y acorde con las necesidades del medio local. Con formación en campos específicos como la televisión pública y la producción de documentales. Actualmente Subsecretario de Educación Ciudadana de la Alcaldía de Medellín.

Descripción:

Fecha	Hora	Descripción	Responsable	Observaciones
Jueves, 3 de noviembre	9:00-11:15	Para comparar. Un breve marco de la tv universitaria en Colombia y Bolivia.	Expositor	Se planteó el contexto en que trabajan las televisoras universitarias tanto en Bolivia, como en Colombia
	11:30-13:00	Desde la experiencia, Canal Universitario de Antioquia, producción, programación, esquema de gestión.	Expositor	
	14:00-16:30	La audiencia, cuál es el público de la tv universitaria, estrategias de posicionamiento.	Expositor	
Viernes, 4 de noviembre	9:00-10:00	El entretenimiento, cómo hacer educación sin aburrir, o cómo entretener sin deseducar.	Expositor	Se trabajó estos temas mediante ejemplos de producciones realizadas por TVU de Colombia, además se mostró la presentación del proyecto TVCOM (SECRAD-Universidad Católica Boliviana)
	10:00-11:00	Géneros y formatos de producción.	Expositor	
	11:00-12:00	Programas en directo. La interacción del público.	Expositor	
	12:00-13:00	Ampliación curricular. Series educativas, los proyectos educativos multimediales.	Expositor	
	14:30-15:00	Presentación TELESUR	Freddy Morales	
	15:00-17:00	Organización estratégica RED RUBI Propuesta de elaboración de un proyecto para el manejo de la información, tanto en la parte de contenido, como en la técnica.	Directiva Red RUBI	

Análisis por objetivo:

1° Parte:

Reflexión

sobre el rol

de las televisoras

universitarias

como medios

públicos

.

Al hacer una descripción comparada (Colombia-Bolivia) del contexto en el que se desenvuelven los canales universitarios, se planteó la necesidad de que estos en su rol de medios públicos se constituyan en alternativas serias a los canales comerciales, tanto en el manejo de la información, como en la visibilización de nuevos actores sociales y políticos.

2° Parte: Propuestas de contenidos de producción para un canal universitario: Géneros y Formatos

A través de ejemplos producidos por TVU de Medellín, se plantearon diversas alternativas, que resaltaron la creatividad por sobre la disponibilidad de recursos.

3° Parte: ¿Cómo sostener un canal educativo? Producción a bajo costo y renovación tecnológica en televisión.

Como alternativas para mejorar la situación de los canales, se resaltó la necesidad de recurrir a los recursos no financieros que se encuentran en las universidades, como por ejemplo: especialistas, producciones hechas por estudiantes.

Balance:

Al ver a la comunicación como bien público, los medios públicos se constituyen en herramientas vitales para democratizar el acceso al mismo. Dentro de este enfoque, la televisión universitaria tiene la oportunidad de convertirse en el nexo de intercambio entre las universidades y la comunidad a la que se deben, adquiriendo una gran responsabilidad en los procesos políticos y sociales.

Al fortalecer a las televisoras universitarias en su rol de medio público se abrirán espacios de diálogo, que alcanzarán a aquellos que hasta hoy se han visto excluidos de la discusión mediática, en la que nos encontramos envueltos, coadyuvando a construir espacios de intercambio y de distensión social, lo que a la larga cimienta la democracia.

Al ver a nuestros canales universitarios, nos percatamos de una serie de conflictos por los que atraviesan, desde una interferencia de las autoridades, ya sean académicas, administrativas o incluso de los mismos estudiantes, hasta una falta de línea definida, que empieza con la ausencia de una clara identificación de la audiencia a la que quieren llegar.

El problema con la interferencia reside principalmente en: (i) la falta de continuidad y seriedad en la administración de los canales, que cambia cada vez que hay elecciones de autoridades universitarias, llegando incluso a la intervención por la fuerza por parte de diferentes facciones que pugnan por el control de las universidades, y (ii) la falta de voluntad para asignar presupuesto a proyectos serios de estos canales. Para hacer frente a estos factores se debe trabajar en fortalecer la imagen y la línea de las televisoras ante su público, ganándose su protección, de esta manera mejorarán así su posición ante las universidades y ante la sociedad, al ser percibidas como útiles.

Además se puede combatir el manejo politiqueo y la falta de estructuras democráticas en la administración de los canales, propiciando encuentros de diálogo entre estudiantes, autoridades, docentes y los canales.

Al no tener una audiencia bien definida, los canales sufren de una falta de identidad, que los lleva a dispersar sus recursos en programas que no siempre responden a los intereses y necesidades de su público. Al construir manuales de estilo, que presenten sus identidades, la elección de formatos y géneros se facilitará, permitiendo seguir una línea coherente en la programación y en la asignación de recursos, tanto humanos, como financieros.

La falta de creatividad en la creación y presentación de los programas, hace que las televisoras universitarias no se constituyan en alternativas serias a los canales comerciales, ya que terminan copiando las mismas ideas con la desventaja de contar con menor presupuesto para su realización. Se puede apoyar en este punto, creando espacios de encuentro entre estudiantes de carreras de comunicación, diseño gráfico, artes, etc con el personal de los medios, para propiciar un intercambio de ideas y experiencias, acercando de esta manera a los mismos estudiantes de las universidades, que a la larga se constituyen en recursos a los cuales puede recurrir el canal.

El problema económico, aunque no el más importante, limita las opciones pero puede ser subsanado mediante una administración de recursos más creativa, donde se recurra a las posibilidades que brindan las diferentes carreras y al apoyo de organismos internacionales, ya sea mediante premios o donaciones.

Proyección:

Se puede colaborar a los canales universitarios, en dos puntos centrales:

- Apoyar en la elaboración de un proyecto de manejo de la información, dentro de una Red de canales públicos.
- Propiciar un espacio de encuentro entre docentes, estudiantes y canales, para promover el diálogo y la creatividad.